

STRATEGI *BRANDING IMAGE*
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING MADRASAH
DI MTsN 3 MOJOKERTO

SKRIPSI



Oleh:

Kurita Ayuni Nur Fauziyah
NIM. 17170009

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG
2021

**STRATEGI BRANDING IMAGE
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING MADRASAH
DI MTsN 3 MOJOKERTO**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Strata Satu Sarjana Pendidikan (S.Pd)*



Diajukan Oleh :

Kurita Ayuni Nur Fauziyah
NIM. 17170009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI *BRANDING IMAGE* DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
MADRASAH DI MTsN 3 MOJOKERTO**

SKRIPSI

Oleh:

Kurita Ayuni Nur Fauziyah
NIM. 17170009

Telah disetujui,

Pada tanggal 04 Juni 2021

Oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. H. Mulyono, MA.
NIP. 19660626 200501 1 003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. H. Mulyono, MA.
NIP. 19660626 200501 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI BRANDING IMAGE DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING MADRASAH DI MTsN 3 MOJOKERTO

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh

Kurita Ayuni Nur Fauziyah (17170009)

Telah dipertahankan didepan penguji pada tanggal 11 Juni 2021 dan dinyatakan

LULUS

Dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata
Sarjana Pendidikan (S.Pd)

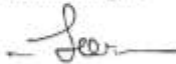
Panitia Ujian

Tanda Tangan

Ketua Sidang

Dr. H. Fahim Tharaba, M.Pd.

NIP. 19801001 200801 1 016

: 

Sekretaris

Dr. H. Mulyono, M.A.

NIP. 19660626 200501 1 003

: 

Pembimbing

Dr. H. Mulyono, M.A.

NIP. 19660626 200501 1 003

: 

Penguji Utama

Dr. H. Moh Padil, M.Pd.I.

NIP. 19651205 199403 1 003

: 

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. H. Agus Maimun, M.Pd.

NIP. 19650817199803 1 003

HALAMAN PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah, penulis ucapkan atas limpahan rahmat dan bimbingan Allah SWT, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan semoga bermanfaat.

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Kedua orang tua tercinta (Ibunda Ruma'iyah dan Ayahanda Suliono) yang tak henti-hentinya menyertakan do'a-do'a terbaiknya dan selalu mendukung di setiap langkah putri-putrinya.

Adikku tercinta (Isnaini Lailatul Khibtiyah) yang selalu menjadi *best support system*-ku dalam segala hal.

Seluruh keluargaku yang turut serta mendo'akan dan mendukungku.

Untuk sahabat-sahabatku dan teman-teman seperjuangan yang telah memberi motivasi, dukungan, dan tak lupa canda tawanya selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.

Penulis ucapkan terimakasih tak terhingga atas ketulusan dan keikhlasannya dalam memberikan do'a, dukungan, dan kasih sayangnya selama ini.

Kupersembahkan buah karya sederhana ini kepada kalian. Hanya do'a dan harap yang terucap semoga Allah SWT senantiasa memberikan kekuatan dan kemampuan kepadaku agar bisa mewujudkan segala mimpiku dan semoga bisa menjadi yang terbaik bagi kalian.

“Aamiin Ya Rabbal Alamin”

MOTTO

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

"Sungguh, telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat dan yang banyak mengingat Allah."

(QS. Al-Ahzab 33: Ayat 21)

Dr. H. Mulyono, MA.

Dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi Kurita Ayuni Nur Fauziyah

Malang, 04 Juni 2021

Lamp : 4 (Empat) Eksemplar

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK)

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Sesudah melakukan beberapa kali bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan, dan setelah membaca skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Kurita Ayuni Nur Fauziyah

NIM : 17170009

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Judul Skripsi : Strategi *Branding Image* Dalam Meningkatkan Daya
Saing Madrasah di MTsN 3 Mojokerto

Maka selaku pembimbing, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan. Demikian, mohon dimakhlumi adanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing,



Dr. H. Mulyono, MA.
NIP. 19600626 200501 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kurita Ayuni Nur Fauziyah

NIM : 17170009

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar rujukan.



Malang, 02 Juni 2021

Kurita Ayuni Nur Fauziyah
NIM. 17170009

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, serta bimbingan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi *Branding Image* dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MTsN 3 Mojokerto” ini dengan baik semoga berguna dan bermanfaat. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kita dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang benderang yakni addinul islam wal iman.

Penelitian ini penulis susun guna memenuhi tugas akhir dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang khususnya Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan. Banyak pihak yang membantu dalam menyelesaikan penelitian ini. Penulis sampaikan beribu terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Agus Maimun selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Mulyono, selaku Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dan selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, saran, dan kritik dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Bapak Drs. Rahmad Basuki, M.Pd selaku Kepala Madrasah MTsN 3 Mojokerto dan seluruh dewan guru yang telah memberi kesempatan dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Khususnya kepada Waka Kurikulum Bapak Sulton Tohuri, S.Si, Bapak Abdul Salim, S. Ag selaku Waka Bidang Kesiswaan, Ibu Sujilah, S. Pd selaku Waka Humas, dan Bapak Tukiran, S. Pd selaku Ketua Tim Pengembang Madrasah.

6. Orang tua tercinta Ibu Ruma'iyah dan Bapak Suliono yang tak henti-hentinya menyertakan do'a-do'a terbaiknya dan selalu mendukung di setiap langkah putri-putrinya.
7. Adikku tercinta Isnaini Lailatul Khibtiyah yang selalu mendukung dan memberikan semangat.
8. Sahabat-sahabatku dan teman-teman seperjuangan khususnya MPI angkatan 2017 yang telah memberi motivasi, dukungan, dan tak lupa canda tawanya selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.
9. Semua pihak yang turut membantu dan memberikan dukungan kepada penulis.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan balasan yang sebaik-baik balasan kepada semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini, Amin. Sebagai manusia biasa, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kesalahan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis sangat berharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembacanya. Amin.

Malang, 02 Juni 2021



Kurita Ayuni Nur Fauziyah
NIM. 17170009

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini menggunakan pedoman transliterasi berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 tahun 1987 dan no. 0543 b/U/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

A. Huruf

ا =	a	ز =	z	ق =	q
ب =	b	س =	s	ك =	k
ت =	t	ش =	sy	ل =	l
ث =	ts	ص =	sh	م =	m
ج =	j	ض =	dl	ن =	n
خ =	<u>h</u>	ط =	th	و =	w
ح =	kh	ظ =	zh	ه =	h
د =	d	ع =	'	ء =	,
ذ =	dz	غ =	gh	ي =	y
ر =	r	ف =	f		

B. Vokal Panjang

Vokal (a) panjang = â

Vokal (i) panjang = î

Vokal (u) panjang = û

C. Vokal Diftong

أَوْ = aw

أَيَّ = ay

أُوْ = û

أَيَّ = î

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	vi
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	x
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT.....	xxi
ABSTRAK ARAB	xxii

BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Originalitas Penelitian.....	9
F. Devinisi Istilah	16
G. Sistematika Pembahasan	18
BAB II	19
KAJIAN PUSTAKA	19
A. Konsep Strategi	19
1. Pengertian Strategi.....	19
2. Komponen Strategi.....	20
3. Jenis Strategi.....	21
4. Penyusunan Strategi	22
B. Konsep <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	24
1. Pengertian <i>Brand</i>	24
2. Pengertian <i>Image</i>	29
3. Pembentukan Citra Merek	30
C. Konsep Daya Saing	33

1. Pengertian Daya Saing	33
2. Penerapan Strategi Daya Saing	36
D. Kerangka Berfikir	38
BAB III	38
METODE PENELITIAN	38
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	38
B. Kehadiran Peneliti	39
C. Lokasi Penelitian	39
D. Data dan Sumber Data	40
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Analisis Data	44
G. Pengecekan Keabsahan	45
BAB IV	46
PAPARAN DATA HASIL PENELITIAN	46
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	46
1. Identitas Madrasah	46
2. Sejarah MTsN 3 Mojokerto	47
3. Visi dan Misi MTsN 3 Mojokerto	52
4. Keadaan Saran dan Prasaran	53
5. Keadaan Pendidikan dan Tenaga Kependidikan	54
6. Perkembangan Siswa	54

B. Paparan Data Penelitian	56
1. Perencanaan Strategi <i>branding image</i> dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MTsN 3 Mojokerto	57
2. Implementasi rencana <i>strategi branding image</i> dalam meningkatkan daya saing madrasah di MTsN 3 Mojokerto	62
3. Hasil strategi <i>branding image</i> dalam meningkatkan daya saing madrasah di MTsN 3 Mojokerto	71
C. Temuan Penelitian	76
1. Perencanaan Strategi Branding Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MTsN 3 Mojokerto	76
2. Implementasi rencana <i>strategi branding image</i> dalam meningkatkan daya saing madrasah di MTsN 3 Mojokerto	76
3. Hasil strategi <i>branding image</i> dalam meningkatkan daya saing madrasah di MTsN 3 Mojokerto	77
BAB V	79
PEMBAHASAN	79
A. Perencanaan Strategi <i>Branding Image</i> dalam Meningkatkan Daya Saing Mdrasah di MTsN 3 Mojokerto	82
B. Implementasi Strategi <i>Branding Image</i> dalam Meningkatkan Daya Saing Mdrasah di MTsN 3 Mojokerto	89
C. Hasil Strategi <i>Branding Image</i> dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MTsN 3 Mojokerto	94

D. Bagan Hasil Penelitian	98
BAB VI	99
PENUTUP	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran-saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Orisinalitas Penelitian.....	14
Tabel 3.1 Indikator Kebutuhan Data Wawancara.....	41
Tabel 3.2 Indikator Kebutuhan Data Observasi.....	42
Tabel 3.3 Kebutuhan Dokumentasi.....	43
Tabel 4.1 Gedung Madrasah.....	53
Tabel 4.2 Jumlah Tenaga pendidik dan Kependidikan.....	54
Tabel 4.3 Perkembangan Jumlah Siswa.....	55
Tabel 4.4 Identitas Informan.....	56
Tabel 4.5 Team Pengembang Madrasah.....	59
Tabel 4.6 Team Penjamin Mutu Madrasah.....	60
Tabel 4.7 Daftar prestasi MTsN 3 Mojokerto 2020-2021.....	68

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berfikir.....	38
Bagan5.1 Hasil Penelitian.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Standar Nasional Pendidikan.....	03
Gambar 2.1 Proses Penyusunan Strategi.....	22
Gambar 2.2 Tingkatan Merek.....	27
Gambar 2.3 Faktor Pembentuk Merek.....	30
Gambar 4.1 Grafik Perkembangan Jumlah Siswa.....	55
Gambar 4.2 Daftar Sekolah Lanjutan Siswa.....	75
Gambar 5.1 Kriteria Pendukung Daya Saing.....	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Bukti Konsultasi
Lampiran II	: Surat Izin Penelitian
Lampiran III	: Pedoman Wawancara
Lampiran IV	: Jadwal Kegiatan Madrasah Periode 2021/2022-2024/2025
Lampiran V	: Daftar Prestasi MTsN 3 Mojokerto 2020-2021
Lampiran VI	: Brosur PPDB
Lampiran VII	: Daftar Sekolah Lanjutan Siswa MTsN 3 Mojokerto
Lampiran VIII	: Jadwal Ekstrakurikuler
Lampiran IX	: Dokumentasi
Lampiran X	: Biodata Mahasiswa

ABSTRAK

Kurita Ayuni Nur Fauziyah. 2021. Strategi *Branding Image* Dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah Di MTsN 3 Mojokerto. Skripsi, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing Skripsi: Dr. H. Mulyono, MA.

Kata Kunci: Strategi, *Brand Image*, Daya Saing

Skripsi ini membahas tentang strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah yang dilatar belakangi oleh pembentukan citra merek madrasah guna menarik minat masyarakat sehingga dapat meningkatkan daya saing madrasah itu sendiri. Dengan ini madrasah dituntut untuk berinovasi dan berfikir kritis dalam menemukan ide baru untuk mempertahankan keunggulan dan mengembangkan madrasah agar dapat bersaing dalam perebutan label atau *brand* dan memiliki ciri khas madrasah.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab permasalahan: 1) Bagaimana perencanaan membangun strategi *branding image* di MTsN 3 Mojokerto? 2) Bagaimana implementasi rencana strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah di MTsN 3 Mojokerto? 3) Bagaimana hasil strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah di MTsN 3 Mojokerto?. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menghasilkan data deskriptif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan rancangan studi kasus. Dalam hal ini data diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) perencanaan strategi *branding image*, meliputi: a) pembentukan TPM (Tim Pengembang Madrasah), b) Membentuk TPMM (Tim Penjamin Mutu Madrasah), dan c) rencana publikasi madrasah. (2) Implementasi strategi *branding image*, meliputi : a) penerapan program unggulan berupa penambahan beberapa model kelas, b) peningkatan prestasi siswa baik dalam bidang akademik maupun non akademik melalui kegiatan intrakurikuler dan ekstrakurikuler, dan c) membentuk karakter siswa. (3) hasil dari trategi yang digunakan meliputi: a) memberi identitas madrasah, b) meningkatkan jumlah calon peserta didik, dan c) kualitas lulusan.

ABSTRACT

Kurita Ayuni Nur Fauziyah. 2021. Strategy Branding Image in Improving Competitiveness school at Islamic Junior high school satae 3 Mojokerto. Thesis, Department of Islamic Education Management, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, University Islamic State Maulana Malik Ibrahim Malang. Thesis Supervisor: Dr. H. Mulyono Magister Religion.

Keywords: Strategy, Brand Image, Competitiveness

This thesis discusses the branding image strategy in increasing the competitiveness of school which is motivated by the formation of the brand image school to attract the public so that it can increase the competitiveness of the school itself. On This a school are required to innovate and think critically in finding new ideas to maintain excellence and develop madrasas so that they can compete in the struggle for labels or brands and have the characteristics of school.

This research intended to answer the following problems: 1) How is the plan the build a Strategy Branding Image in Improving Competitiveness school at Islamic Junior high school satae 3 Mojokerto? 2) How is the implementation the Strategy Branding Image in Improving Competitiveness school at Islamic Junior high school satae 3 Mojokerto? 3) How is the results Strategy Branding Image in Improving Competitiveness school at Islamic Junior high school satae 3 Mojokerto?. This study used a qualitative approach by producing descriptive data. The type of research used in this study is a case study design. In this case the data is obtained from the results of interviews, observations, and documentation.

The results this study indicate that: (1) Planning a Strategy branding image including: a) the formation of School Development Team b) Establishing School Quality Assurance Team and c) School publication plans. (2) The implementation of the strategy branding image, including: a) the application of superior programs in the form of adding several class models, b) increasing student achievement in both academic and non-academic fields through extracurricular and extracurricular activities, and c) shaping the character of students. (3) the results of the strategies used include: a) giving the madrasa identity, b) increasing the number of prospective students, and c) the quality of graduates.

ملخص

كوريتا عيني نور فوزية. ٢٠٢. إستراتيجية توسيم الصورة في زيادة تنافسية المدرسة في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية 3 موجو كرطا. البحث العلمي. قسم إدارة التربية الإسلامية, كلية علوم التربية و التعليم , جامعة الإسلامية مولانا مالك إبراهيم مالانج. المشرف : الدكتور الحاج موليانا الماجستير الدين.

الكلمة الأساسية: الإستراتيجية, صورة العلامة التجارية, التنافسية

البحث يبحث عن استراتيجية صورة العلامة التجارية في زيادة القدرة التنافسية لمدرسة تحفزها تشكيل صورة العلامة التجارية للمدرسة لجذب الجمهور بحيث يمكنها زيادة القدرة التنافسية للمدرسة نفسها. وبهذا ، يتعين على المدارس الدينية أن تبتكر وتفكر بشكل نقدي في إيجاد أفكار جديدة للحفاظ على التميز وتطوير المدارس الدينية حتى تتمكن من التنافس في النضال من أجل العلامات التجارية وتتمتع بخصائص المدرسة.

البحث يعرض إلى الإجابة على المشكلات التالية: (١) كيف تخطط لبناء إستراتيجية توسيم الصورة في زيادة تنافسية المدرسة في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية ٣ موجو كرطا ؟ (٢) كيف تطبيق إستراتيجية توسيم الصورة في زيادة تنافسية المدرسة في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية ٣ موجو كرطا ؟ (٣) كيف نتائج إستراتيجية توسيم الصورة في زيادة تنافسية المدرسة في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية ٣ موجو كرطا ؟. تستخدم هذا البحث مقارنة نوعية من خلال إنتاج بيانات وصفية. نوع البحث المستخدم في هذا البحث هو تصميم دراسة حالة. في هذه الحالة الحصول على البيانات من نتائج المقابلة والملاحظة والتوثيق.

نتائج البحث يشرح إلى ما يلي: (١) التخطيط لاستراتيجية صورة العلامة التجارية, بما في ذلك: (أ) تشكيل فريق تطوير المدرسة, (ب) إنشاء فريق ضمان جودة المدرسة, (ج) خطط نشر المدرسة. (٢) تنفيذ استراتيجية صورة العلامة التجارية, بما في ذلك: (أ) تنفيذ برامج متفوقة في شكل إضافة عدة نماذج صفية, (ب) زيادة تحصيل الطلاب في كل من المجالات الأكاديمية وغير الأكاديمية من خلال الأنشطة داخل المناهج الدراسية واللامنهجية, (ج) تشكيل شخصية الطلاب. (٣) تشمل نتائج الاستراتيجيات المستخدمة: (أ) إعطاء هوية المدرسة, (ب) زيادة عدد الطلاب المحتملين, (ج) جودة الخريجين.

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pendidikan adalah kebutuhan pokok bagi manusia, sebab di saat manusia dilahirkan tidak mengetahui siapapun, sebagaimana disebutkan dalam firman Allah dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl Ayat 78.

وَ لِلّٰهِ اَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ اُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا ۚ وَ جَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَ الْبَصَرَ وَ الْفُؤَادَ ۚ
لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

"Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun, dan Dia memberimu pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, agar kamu bersyukur." (QS. An-Nahl 16: Ayat 78)

Dalam ayat tersebut memberikan pemahaman bahwa manusia tidak akan menjadi manusia utuh yang memiliki ilmu pengetahuan yang berguna bagi kemudahan hidupnya.¹ Pada zaman ini, kemajuan lembaga pendidikan di tentukan oleh masyarakat. Sebab, kemajuan lembaga pendidikan dapat dilihat dari seberapa jauh masyarakat dapat mempercayai lembaga tersebut dalam mengemban tugasnya. Oleh karena itu, lembaga pendidikan atau para pemimpin pendidikan khususnya harus membuat strategi yang mampu menciptakan iklim lembaga yang dinamis dan responsif terhadap kemajuan kebutuhan masyarakat di lingkungan sekitarnya.²

¹ Ani Nur Aeni, *Pendidikan Karakter untuk Siswa SD dalam Perspektif Islam*, (Mimbar Sekolah Dasar 1, No. 1 2014), Hlm 50.

² F. Winarni, *Reorientasi Pendidikan Nilai dalam Menyiapkan Kepemimpinan Masa Depan*, (Cakrawala Pendidikan XXV, No. 1, 2006) Hlm. 149.

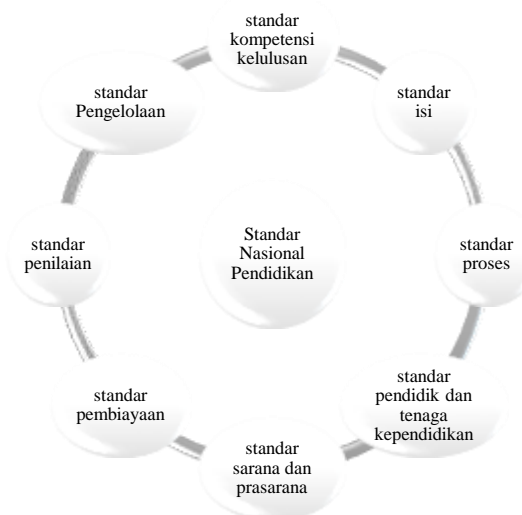
Sejak lima tahun belakangan ini, Pemerintah dan sejumlah lembaga pendidikan beramai-ramai membuat berbagai skenario untuk menghadapi liberalisasi Pendidikan, supaya pendidikan di Indonesia sanggup bersaing di kancah global. Menurut Freddy A, pendidikan sekarang dengan masa lalu memiliki perbedaan yaitu pendidikan moral pada zaman sekarang telah mulai bergeser karena tidak lagi menjadi karakter, sifat dan tolak ukur pribadi bangsa. Yang menjadi pendorong pergeseran sistem, arah, dan tata kelola pendidikan yaitu adanya perubahan yang pesat dalam ilmu pengetahuan, teknologi, modernisasi dan industrialisasi.

Pendidikan pada Era Global saat ini sudah menjadi kebutuhan yang diakui secara sadar oleh masyarakat. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya masyarakat yang berlomba-lomba mencari lembaga pendidikan yang terbaik untuk putra-putri mereka sesuai tujuan besar masing-masing. Oleh karena itu, lembaga pendidikan dituntut untuk kreatif dan berperan maksimal dalam melaksanakan kegiatan pendidikan yang mengarah pada tujuan tersebut. dengan bertambahnya kuantitas lembaga pendidikan akan menjadi tantangan besar bagi penyelenggara pendidikan.

Para pengelola lembaga pendidikan juga dituntut untuk terus berinovasi dan berfikir kritis dalam menemukan ide baru untuk mempertahankan keunggulan dan mengembangkan lembaga pendidikan sesuai tuntutan zaman agar dapat bersaing dalam perebutan label atau

brand lembaga yang berlandaskan kepada tujuan pendidikan serta kepuasan pelanggan pendidikan.³

Lembaga pendidikan juga harus memberikan informasi mengenai program yang akan dilaksanakan dalam kegiatan belajar, tentunya dengan tujuan agar masyarakat dapat memberikan kepercayaan kepada lembaga tersebut. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus terus berusaha menjadikan lembaga yang paling unggul untuk meningkatkan daya tarik masyarakat.⁴ setiap orang tua sudah seharusnya mencari sekolah yang terbaik bagi anaknya. Standar Nasional Pendidikan menurut peraturan pemerintah nomor 19 tahun 2005 merupakan kriteria minimal tentang sistem pendidikan di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, meliputi:⁵



Gambar 1.1 Standar Nasional Pendidikan

³ Zainur Roziqin Henfy Rozaq, *Menggagas Competitive Advantage Melalui Branding Image di Madrasah Aliyah Nurul Jadid Paiton Probolingg*, (Jurnal Ilmiah DIDAKTIKA, 18.2, 2018), Hlm 225

⁴ Dedi Mulyasa, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2013), Hlm. 186.

⁵ Ibid, Hlm. 186.

Pada saat ini, banyak lembaga pendidikan yang bermunculan dan akhirnya menjadi persaingan yang ketat.⁶ Sekolah bersaing untuk mendapatkan siswa sebanyak-banyaknya tanpa melupakan mutu pendidikannya. Abidin menekankan, keunggulan bersaing dalam pandangan islam adalah yang bersifat hakiki yaitu yang mampu membawa manusia memasuki surga yang disediakan Allah. Untuk mendapatkan keunggulan yang hakiki, Islam mengajarkan untuk menempatkan pesaing sebagai mitra ketimbangan sebagai musuh yang harus diperangnya, diangkat kejelekannya dan dihalangi langkah-langkahnya. Seperti firman Allah dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيًا فَاسْتَغِيبُوا الْخَيْبَتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”⁷.

Dari ayat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa dalam meningkatkan daya saing harus berdasarkan asas kejujuran, menjauhi kecurangan, tidak menghalalkan segala cara dalam menetapkan strategi persaingan dan tidak menjelekkan kompetitor.⁸

Oleh karena itu untuk meningkatkan daya saing dalam lembaga pendidikan, maka dibutuhkan *branding image* sebagai salah satu bentuk strategi untuk membangun kepercayaan masyarakat. Dengan lembaga

⁶ Much. Djunaidi, Ahmad Kholid Alghofari, Dwi Aprianti Rahayu, *Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Lembaga Bimbingan Belajaran dengan Quality Function Deployment (QFD)*, (Surakarta: Jurnal Ilmiah Teknik Industri Vol 5 Nomor 2, 2006)

⁷ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2011)

⁸ Kertajaya, Hermawan dan Sula, Syakir M, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT Mizan Pustaka Cet II, 2006), Hlm. 16.

membangun *branding image* diharapkan lembaga pendidikan dapat semakin kuat mempengaruhi calon siswa dan dapat meningkatkan daya saing lembaga tersebut.

Levy mengemukakan bahwa, “Citra merupakan interpretasi, seperangkat pengetahuan dan rekreasi-rekreasi, hal tersebut merupakan simbol karena dalam hal tersebut bukan merupakan objek itu sendiri tetapi merujuk kepada objek tersebut. Selanjutnya kenyataan fisik produk, brand dan organisasi, citra termasuk makna, kepercayaan, sikap dan perasaan-perasaan terhadap sesuatu.”⁹ Sedangkan menurut Yulianita, citra yang baik ketika sebuah lembaga mampu menciptakan *public understanding* (pengertian publik), memiliki *public confidence* (adanya kepercayaan), memiliki *public support* (adanya unsur dukungan dari publik), memiliki *corporation* (adanya kerjasama dari publik).¹⁰

Branding Image yang dimiliki lembaga pendidikan berbeda-beda. Semakin baik *brand imagenya*, maka akan mempermudah pihak lembaga pendidikan mendapatkan pelanggan dan perhatian dari masyarakat. Oleh karena itu, manajemen pendidikan sangat penting, karena melihat perkembangan dan pertumbuhan pendidikan ditentukan oleh kecakapan pengelolaan lembaga pendidikan.¹¹ Hal ini menjadi tugas bagi Kepala Madrasah serta *Public Relation* khususnya untuk melakukan pemasaran lembaga pendidikan agar mendapatkan citra yang diharapkan oleh

⁹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2007), Hlm. 375

¹⁰ Yulianita, Neny, *Dasar-dasar Public Relation*, (Pusat Penerbitan Universitas Bandung, 2005), Hlm. 47

¹¹ Yoyon Bahtiar, *Pemasaran Pendidikan*, (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia Modul 5, 2010), Hlm. 203.

masyarakat. *Brand Image* dapat dibangun melalui seringnya lembaga mengadakan berbagai macam *event* yang berhubungan dengan pihak luar lembaga, serta membuat banner yang berisi tentang prestasi siswanya¹², dengan hal tersebut akan menarik minat masyarakat. Dengan demikian Madrasah akan memiliki *Image* yang baik dan mampu bersaing dengan sekolah unggul lainnya.

Madrasah merupakan salah satu bentuk pendidikan berbasis keagamaan di Indonesia. Dalam data Emis Kementrian Agama, madrasah yang dimaksud adalah jenjang RA, MI, MTs, dan MA. Berdasarkan data emis kemenag, jumlah madrasah saat ini sebanyak 82.418 madrasah. Yang terdiri dari 4010 madrasah negeri milik pemerintah dan 78.408 madrasah milik yayasan. Dengan rincian jumlah MTsN sebanyak 1.499 madrasah di seluruh indonesia.¹³ Dalam hal ini, peneliti memilih fokus penelitian di MTsN 3 Mojokerto, Karena dari segi sistem manajemen dan strategi *branding image* yang diterapkan di MTsN 3 Mojokerto menarik untuk di kaji.

Madrasah ini memiliki citra yang positif bagi masyarakat sekitar Mojokerto. Banyak perubahan besar baik secara fisik, sarana dan prasarana, prestasi-prestasi yang dicapainya, serta strategi yang diterapkan MTsN 3 Mojokerto tetap menjaga eksistensinya agar diminati dan dapat meningkatkan citra yang positif dari orang tua siswa dan masyarakat.

¹² Rofiul, *Sekolah dan Marketing*, <http://rofiul.blogdetik.com>, diakses pada tanggal 12 Oktober 2020 pukul 23.35 WIB.

¹³ Bang Imam, *Ini Kondisi Madrasah Tahun 2020*, <http://bangimam-berbagi.blogspot.com>, diakses pada 19 Mei 2020 pukul 01.01 WIB.

Adapun perkembangan jumlah siswa dari tahun ke tahun di jelaskan sebagai berikut: Berdasarkan uraian tersebut, penulis ingin mengetahui strategi *branding image* yang diterapkan MTsN 3 Mojokerto dalam meningkatkan daya saingnya. Berangkat dari permasalahan ini, maka penulis mengusulkan penelitian yang berjudul **“Strategi Branding Image dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MTsN 3 Mojokerto”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini terfokus pada “Strategi Branding Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di MTsN 3 Mojokerto”, dengan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan membangun strategi *branding image* di MTsN 3 Mojokerto?
2. Bagaimana implementasi rencana strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah di MTsN 3 Mojokerto?
3. Bagaimana hasil strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah di MTsN 3 Mojokerto?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui perencanaan membangun strategi *branding image* di MTsN 3 Mojokerto.
2. Mengetahui implementasi rencana strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah di MTsN 3 Mojokerto.
3. Mengetahui hasil strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah di MTsN 3 Mojokerto

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai bahan penelitian strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam kajian manajemen pendidikan islam yang dikaitkan dengan strategi membangun *brand image* lembaga pendidikan yang kemungkinan dapat diterapkan di sekolah lain sebagai upaya pemberdayaan seluruh aspek sekolah dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan sebagai lembaga yang unggul.
2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat sebagai media untuk menambah wawasan dan pengalaman tentang strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing di lembaga pendidikan, Serta dapat menerapkan ilmu dan teori yang diperoleh selama masa perkuliahan.
- b. Bagi sekolah, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kembali manajemen pemasaran *brand image* di sekolah tersebut, serta menjadi kajian dan motivasi agar dapat selalu berkembang yang pada akhirnya dapat di terima masyarakat umum dan menjadi lembaga pendidikan yang unggul.

E. Originalitas Penelitian

Sehubungan dengan judul skripsi yang peneliti ajukan, maka perlu adanya pijakan awal dengan adanya penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian. Penelitian terdahulu ini digunakan peneliti sebagai panduan untuk menentukan beberapa hal yang berhubungan dengan teori dan sistematika dalam penelitian ini. Adapun hasil penelitian terdahulu yang ditemukan peneliti antara lain:

1. Penelitian pertama, “Strategi Membangun *Brand Image* dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Multi Kasus di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton)” oleh Yulia Rukmana. Dalam penelitian ini di jelaskan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan faktor-faktor pembentuk *brand image*, langkah strategi sekolah dalam membangun *brand image* dan

dampak pembentukan *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton. Hasil dari penelitian ini yaitu (1) faktor pembentuk *brand image* sekolah yang meliputi akreditasi kelembagaan, ISO, tingkah laku siswa, prestasi, kualitas lulusan, kegiatan unggulan sekolah, dan hubungan alumni. (2) Langkah- langkah strategi sekolah membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah meliputi: a) akreditasi kelembagaan: proses analisis SWOT dan evaluasi 8 SNP, b) ISO: menggunakan PDCA secara kesinambungan, c) Tingkah laku siswa: menggarap program unggul keagamaan dan menanamkan nilai-nilai pesantren, d) Prestasi: pembinaan terhadap siswa dan meningkatkan kualitas guru, e) Kualitas kelulusan: mengadakan program pembimbing akademik dan menjalin hubungan kerjasama dengan beberapa PTN, f) Kegiatan unggulan sekolah: mengikut sertakan warga sekolah dan alumni dalam kegiatan dan g) hubungan alumni mengadakan kegiatan alumni mengajar. (3) Dampak pembentukan *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah yakni a) kualitas pelayanan guru dan karyawan menjadi lebih baik, b) minat masuk masyarakat yang meningkat, c) siswa memiliki akhlak yang baik, d) kepercayaan masyarakat meningkat, c) siswa emiliki akhlak yang baik e) tawaran beasiswa ke luar negeri, f) banyak lembaga pendiidkan melakukan studi banding ke sekolah.

2. Penelitian Ke-dua, “Strategi *Brand Image* dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik (Studi Kasus di MTs Negeri 1 Kota Surabaya)”

oleh Amiq Syamsa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi *brand image* dalam upaya meningkatkan animo calon peserta didik, mengetahui alasan mengapa strategi *brand image* yang dipilih dalam meningkatkan animo calon peserta didik, mengetahui apakah strategi *brand image* benar-benar dapat meningkatkan animo peserta didik dan mengetahui faktor penghambat dan pendukung strategi *brand image* dalam meningkatkan animo calon peserta didik di MTs Negeri 1 Kota Surabaya. Hasil dari penelitian ini yakni (1) Penerapan strategi *brand image* dan upaya meningkatkan animo calon peserta didik, meliputi: a) membuat kegiatan unggulan madrasah, b) meningkatkan tingkah laku dan prestasi siswa, c) pengembangan Madrasah berbasis IT, d) menonjolkan kegiatan dan pembelajaran berbasis islami, e) meningkatkan akreditasi madrasah, f) differensiasi madrasah, g) publikasi secara online. (2) Alasan strategi *brand image* yang dipilih dalam meningkatkan animo calon peserta didik, meliputi: a) memberikan identitas madrasah, b) membangun kredibilitas dan persepsi. (3) Bukti strategi *brand image* benar-benar dapat meningkatkan animo calon peserta didik, meliputi: a) meningkatnya animo calon peserta didik setiap tahun, b) antusias calon peserta didik sebelum PPDB. (4) faktor-faktor penghambat dan pendukung strategi *brand image* dalam meningkatkan animo calon peserta didik di MTs Negeri 1 Kota Surabaya meliputi: a) kurangnya wawasan masyarakat, b) kebijakan siswa zonasi, c) paradigma internal madrasah, d) peran serta komite dan orang tua.

3. Penelitian ke-tiga, “Upaya Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus di Sekolah Dasar Ma’arif Ponorogo)”, oleh Eka Aitya Nur Kanti. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan upaya yang dilakukan kepala sekolah dalam meningkatkan daya saing di sekolah, pelaksanaan strategi yang dilakukan kepala sekolah dalam upaya meningkatkan daya saing di sekolah, dan mendeskripsikan hambatan yang di alami kepala sekolah dalam upaya meningkatkan daya saing di SD Ma’arif Ponorogo. Hasil penelitian ini yakni: (1) Upaya yang dilakukan kepala sekolah dalam meningkatkan daya saing SD Ma’arif Ponorogo ada tiga, yaitu: a) Mengadakan kegiatan sosialisasi yang menarik minat peserta didik baru dengan sosialisasi dan acara SD Ma’arif Bertabur Bintang, b) Melakukan inovasi kegiatan dengan mengadopsi keunggulan yang dimiliki lembaga lain, dan c) Pendampingan serta pembinaan dari pihak sekolah untuk meningkatkan kualitas output. (2) Strategi yang dilakukan kepala sekolah dalam upaya meningkatkan daya saing SD Ma’arif Ponorogo ada empat, yaitu: a) Meningkatkan peran aktif warga sekolah melalui implementasi nilai-nilai Aswaja An Nahdliyah, optimalisasi ekstrakurikuler, dan peningkatan kualitas pendidik dan tenaga kependidikan melalui workshop, b) Meningkatkan peran aktif orang tua siswa melalui evaluasi dan penilaian pembelajaran bersama wali murid, c) Meningkatkan peran masyarakat melalui penggunaan masjid NU dan kantin sekolah yang dikontrakkan kepada pihak ketiga dari lapisan masyarakat, dan d) Meningkatkan peran serta dunia usaha

dan dunia industri melalui kerja sama dengan konveksi rumahan dan pembelajaran di luar kelas di PCC (Ponorogo City Center) dan Rocket Chicken. (3) Hambatan yang dihadapi oleh kepala sekolah dalam meningkatkan daya saing SD Ma'arif Ponorogo ada dua, yaitu: a) Penghambat dalam proses input yaitu terkendala dana dan b) Hambatan yang dialami melalui peningkatan proses yaitu kurang adanya dukungan langsung terhadap program sekolah dari wali murid.

4. Penelitian ke-empat, “Peningkatan Mutu Pendidikan untuk Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus di Madsrasah Ibtidaiyah Swasta Miftahul Huda Sukolilo Jabung Kabupaten Malang)” oleh Maya Wiyantiningsih. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan konsep peningkatan mutu pendidikan dalam peningkatan daya saing, strategi yang digunakan sekolah dalam peningkatan mutu dalam meningkatkan daya saing sekolah dan implikasi peningkatan mutu pendidikan dalam meningkatkan daya saing. Hasil dari penelitian ini yakni, (1) konsep peningkatan mutu pendidikan dalam meningkatkan daya saing adalah sesuai dengan konsep visi, misi dan tujuan, kualitas pembelajaran sesuai dengan kurikulum nasional, peserta didik berprestasi di bidang akademik dan non akademik, adanya program unggulan metode An- Nashr dalam memahami Al-Qur'an, peningkatan sarana dan prasarana dengan partisipasi *stakeholder*, (2) Pelaksanaan strategi peningkatan mutu dengan 14 langkah menurut Crosby, dan (3) Implikasi peningkatan mutu pendidikan berupa kepuasan pelanggan, iklim yang kondusif,

menyenangkan, tertib dan kualitas lulusan yan sesuai dengan harapan masyarakat.

Tabel 1.1 Orisinalitas Penelitian

No	Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penerbitan	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
1.	Yulia Rukmana “Strategi Membangun <i>Brand Image</i> dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Multi Kasus di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton)”, Tesis, UIN Maliki Malang, 2016	Penelitian ini sama-sama membahas tentang <i>branding</i> <i>image</i>	Fokus penelitian berbeda	Penelitian yang dilakukan peneliti lebih terfokus pada strategi <i>branding</i> <i>image</i> yang di lakukan lembaga pendidikan dalam peningkatan daya saing pada lembaga
2.	Amiq Syamsa “Strategi <i>Brand</i>	Penelitian ini sama-sama	Dalam penelitian ini	

	<p><i>Image</i> dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik (Studi Kasus di MTs Negeri 1 Kota Surabaya)”, Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020</p>	<p>membahas tentang <i>branding image</i></p>	<p>penulis lebih memfokuskan pada peningkatan Animo Calin Peserta didik</p>	
3.	<p>Eka Aitya Nur Kanti “Upaya Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus di Sekolah Dasar Ma’arif Ponorogo)”, skripsi, IAIN Ponorogo, 2019</p>	<p>Penelitian ini sama-sama membahas tentang peningkatan daya saing lembaga</p>	<p>Dalam penelitian ini penulis lebih memfokuskan pada upaya kepala sekolah</p>	
4.	<p>Maya Wiyantiningsih “Peningkatan</p>	<p>Penelitian ini sama-sama membahas</p>	<p>Dalam penelitian ini penulis lebih</p>	

	Mutu Pendidikan untuk Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Swasta Miftahul Huda Sukolilo Jabung Kabupaten Malang)”, tesis, UIN Maliki Malang, 2017	tentang peningkatan daya saing lembaga	memfokuskan pada peningkatan mutu	
--	--	---	--	--

F. Devinisi Istilah

1. Strategi

Menurut Johnson dan Scholes strategi merupakan arah serta ruang lingkup sebuah organisasi dalam jangka panjang yang mencapai keuntungan bagi organisasi melalui konfigurasi sumber daya dalam lingkungan yang menantang, agar memenuhi keperluan pasar serta melengkapi harapan pemangku kepentingan. Sedangkan menurut Siagian, strategi merupakan serangkaian keputusan atau tindakan mendasar yang disusun oleh manajemen puncak dan

diimplementasikan oleh semua jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi.

2. *Brand Image*

Menurut Aaker dan Biel, citra merek merupakan penilaian konsumen terhadap merek tersebut dalam sebuah pasar. Penciptaan nilai tersebut berdasarkan pengalaman pribadi maupun mendengar reputasinya dari orang lain atau media. Sedangkan Schiffman dan Kanuk, citra merek merupakan sekumpulan asosiasi dalam benak suatu merek yang tersimpan dalam benak atau ingatan konsumen.

3. Daya Saing

Menurut Porter, daya saing merupakan kemampuan atau keunggulan yang dipergunakan untuk bersaing pada pasar tertentu. Daya saing ini diciptakan melalui pengembangan terus menerus di semua lini dalam organisasi, utamanya di sektor produksi. Jika sebuah organisasi melakukan pengembangan terus menerus, maka akan mampu meningkatkan kinerjanya.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini peneliti menyusun sistematika pembahasan dengan rincian sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini memuat tentang pola dasar penulisan yang meliputi: latar belakang, tujuan penulisan, manfaat penulisan, penelitian terdahulu dan originalitas penelitian, definisi istilah dan sistematika kepenulisan.

BAB II Kajian Pustaka

Pada pembahasan bab ini menguraikan kajian pustaka sebagai acuan teoritik peneliti dalam melakukan penelitian dan kerangka penelitian tentang strategi branding image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan.

BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini membahas tentang metode penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisa data dan pengecekan keabsahan data.

BAB IV Paparan Hasil

Pada bab ini membahas tentang hasil dan penyajian hasil temuan data penelitian.

BAB V Pembahasan Hasil Penelitian

Pada bab ini membahas tentang pembahasan hasil temuan penelitian tentang strategi branding image dalam meningkatkan daya saing

lembaga pendidikan di MTs Negeri 3 Mojokerto yang dijelaskan pada bab sebelumnya untuk menjawab permasalahan yang ada pada penelitian ini.

BAB VI Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Konsep Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani, *Stategos* atau *strategus* dengan kata jamak strategi, yang dapat di artikan cara. Menurut istilah strategi merupakan rencana yang mengandung cara komprehensif dan intregatif yang dapat di jadikan pegangan untuk bekerja, berjuang dan berbuat guna memenangkan kompetensi.¹⁴ Seperti yang dijelaskan pada Al-Qur'an Surah As-Saff Ayat 4:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَهُمْ بُنْيَانٌ مَرْصُورٌ

“Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.”. (Q.S As-Saff Ayat 4)¹⁵

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa Allah menyukai orang yang berperang atau berjuang dengan barisan yang teratur. Teratur disini yang dimaksud adalah harus mempunyai strategi. Seperti halnya sebuah lembaga pendidikan sebelum berperang, berjuang untuk memenangkan kompetensi dengan lembaga pendidikan lain, maka harus mempunyai strategi untuk tetap menjaga dan survive dalam meningkatkan daya saingnya.

¹⁴ Syaiful Sagala, *Manajemen Strategik dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm 137

¹⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2011)

Strategi merupakan suatu kesatuan rencana yang luas dan terintegrasi yang menghubungkan antara internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan.¹⁶ Strategi merupakan perekat yang bertujuan untuk membangun dan memberikan proposisi nilai yang konsisten dan membangun citra yang berbeda kepada pasar sasaran. Pendiri Boston Consulting Group, Bruce Henderson mengatakan “Jika suatu bisnis tidak mempunyai keunggulan yang khas dibandingkan dengan rival-rivalnya, ia tidak memiliki alasan untuk tetap berdiri.”¹⁷

2. Komponen Strategi

Strategi memiliki komponen-komponen yang senantiasa dipertimbangkan dalam menentukan strategi yang akan dilaksanakan. komponen tersebut yaitu kompetensi yang berbeda, ruang lingkup, dan distribusi sumber daya.

a. Kompetensi yang Berbeda

Komponen ini merupakan sesuatu yang dimiliki oleh perusahaan dimana perusahaan melakukannya dengan baik dibanding dengan lainnya. Kompetensi yang berbeda ini akan menjadi kekuatan bagi strategi yang akan dilaksanakan oleh sebuah perusahaan.

¹⁶ Alma, Buchari dan Hurriyati, *Manajemen Coperate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm 64

¹⁷ Kotler, Philip, *Marketing Insights From A to Z*, (Jakarta:Erlangga, 2003), hlm 191

b. Ruang Lingkup

Komponen ruang lingkup merupakan lingkungan di mana organisasi atau perusahaan tersebut dijalankan. Lokal, regional, atau internasional merupakan salah satu contoh ruang lingkup dari kegiatan organisasi. Maka strategi yang dilakukan mencakup ruang lingkup yang dihadapi oleh sebuah perusahaan.

c. Distribusi Sumber Daya

Yang dimaksud dalam komponen ini distribusi sumber daya merupakan bagaimana sebuah perusahaan memanfaatkan dan mendistribusikan sumber daya yang dimilikinya dalam menerapkan strategi perusahaan.

3. Jenis Strategi

Menurut Griffin, strategi dapat dibagi menjadi dua jenis dilihat dari tingkatannya, yaitu pertama strategi pada tingkat perusahaan. Strategi pada tingkat perusahaan atau korporat dilakukan perusahaan sehubungan dengan persaingan antar perusahaan dalam sektor bisnis yang dijalankan secara keseluruhan. Kedua, strategi pada tingkat bisnis. Strategi level bisnis merupakan alternatif strategi yang dilakukan oleh perusahaan sehubungan dengan persaingan bisnis yang dijalankan pada bisnis yang diperdagangkan.¹⁸

Stoner, Freeman, dan Gilbert menambahkan kedua strategi tadi dengan yang ketiga yaitu strategi pada tingkat fungsional. Contoh iklan

¹⁸ Sule, Ernie Tisnawati dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2014), hlm 133

yang berganti-ganti pada produk shampo (yang seolah-olah saling membalas satu sama lain) menunjukkan strategi pada tingkat ini, dimana kedua perusahaan melakukan strategi pada bagian pemasarannya, khususnya ditingkat periklanan.

4. Penyusunan Strategi

Sebuah perusahaan melakukan strategi untuk memenangkan persaingan bisnis yang dijalankannya, serta untuk mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaannya dalam jangka panjang. Untuk melakukan sebuah strategi, dilakukan proses penyusunan strategi yang pada dasarnya terdiri dari beberapa fase yaitu, penilaian penyusunan strategi, analisis situasi, dan pemilihan strategi.



Gambar 2.1 Proses Penyusunan Strategi

a. Penilaian Keperluan Penyusunan Strategi

Sebelum sebuah strategi disusun, perlu ditanyakan kembali apakah memang penyusunan strategi baik strategi baru maupun perubahan strategi perlu untuk dilakukan atau tidak perlu. Hal ini terkait dengan apakah strategi yang dilakukan memang sesuai dengan tuntutan perubahan dilingkungan atau sebaliknya, lebih baik mempertahankan strategi yang telah ada. Fase penilaian untuk perlu atau tidaknya sebuah strategi disusun akan menjadi fase

yang memakan waktu cukup lama terutama dikaitkan dengan masalah inersia dalam persaingan.

Inersia dalam persaingan merupakan suatu kondisi dimana para anggota dalam sebuah organisasi sudah merasa puas dengan keadaan yang dialami sebuah perusahaan sehingga dirasa tidak perlu untuk melakukan perubahan strategi. Salah satu cara untuk menilai perlu atau tidaknya sebuah strategi baru adalah dengan menilai strategi yang sedang dijalankan, baik tidaknya, dan hasil yang diperoleh sebuah perusahaan dengan penggunaan strategi tersebut.

b. Analisis Situasi

Pada tahap ini, perusahaan perlu melakukan analisis mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh organisasi tersebut sekaligus menganalisis peluang dan tantangannya. Salah satu pendekatan yang bisa dilakukan dalam fase ini yaitu analisis SWOT. Analisis mengenai kekuatan dan kelemahan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang dimiliki oleh perusahaan. Contohnya, sumber daya yang produktif, keterbatasan dana, dan lain-lain. Sedangkan analisis peluang dan tantangan terkait dengan faktor eksternal, misalnya jumlah pesaing yang bertambah, kebutuhan akan produk yang ditawarkan bertambah, dan lain-lain.

c. Pemilihan Strategi

Setelah perusahaan melakukan analisis, maka perusahaan menentukan strategi mana yang akan diambil dari berbagai

alternatif yang ada. Pada dasarnya strategi terbagi dalam beberapa resiko, yaitu strategi yang cenderung mengambil resiko, strategi yang cenderung menghindari resiko, dan strategi bertahan.¹⁹

B. Konsep *Brand Image* (Citra Merek)

1. Pengertian *Brand*

Pada periode 200 atau 300 tahun lalu, merek hanya di gunakan pada pengecapian tubuh sapi. Merek menandakan hak properti dan kepemilikan, tetapi berbeda dengan masa kini, merek menjadi keharusan yang mutlak dalam dunia pemasaran. Dalam sejarah dijelaskan bahwa ada yang berbeda dari masa lalu dan masa kini, merek terlahir dengan begitu banyak janji-janji. Hal ini berawal dari periode 1950-an, pada saat itu pandangan citra yang lebih baik dari kompotitor memberikan perlindungan pada konsumen. Pada 1960-an sebuah proyek dibangun dengan diharapkan menciptakan konsep intelektual yang menganggap merek sebagai sintesis dari pengetahuan, keyakinan, dan proyeksi emosional. Berlanjut pada tahun 1991 saat Amerika mengalami kebangkitan label-label pribadi yang disebut produk tanpa merek dan menandai melambungnya dunia periklanan.

Pada masa lalu, merek merupakan bentuk perlindungan terhadap konsumen yang memberikan garansi keandalan dan kualitas. Merek juga membantu konsumen membeli secara efisien karena dapat mempermudah proses pengambilan keputusan. Dalam konteks ini

¹⁹ Sule, Ernie Tisnawati dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2014), hlm 136

merek berperan sebagai sarana perusahaan untuk membina dan mengembangkan loyalitas pelanggannya. Merek yang kuat akan memberikan keunggulan dalam kebijakan harga sekaligus menjadi penghalang masuknya pesaing ke pasar sasaran perusahaan.

Kotler menjelaskan bahwa semua pemasar berdasarkan konsep inti pemasaran (the core concepts of marketing) berusaha menciptakan pertukaran/ transaksi (exchange/ transaction) produk, jasa, ide (products, service, idea) dengan konsumennya. Salah satu aset untuk mencapai keadaan tersebut adalah merek (brand). Menurut American Marketing Association (AMA) merek adalah nama, istilah simbol, atau desain dengan kombinasinya, dengan maksud mengidentifikasi barang dan jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari para pesaing.

Sementara Aaker menjelaskan bahwa merek (*brand*) merupakan nama atau simbol (seperti logo, merek dagang, atau desain kemasan) atau kombinasinya yang mengidentifikasi suatu barang atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Identifikasi tersebut bertujuan untuk membedakannya dengan produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. merek merupakan petunjuk bagi konsumen akan sumber dari produk dan melindungi konsumen dan produser dari pesaing yang mencoba menjiplak produk yang dihasilkan perusahaan.²⁰

²⁰ Ismail, Muhammad, *Strategi Pemasaran untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek*, (Bogor: Percetakan IPB, 2013), Hlm 51

Dijelaskan dalam UU Merek Nomor 15 tahun 2001 pasal 1 ayat 1, *Brand* (merek) adalah tanda yang terdiri dari huruf, angka, gambar, nama, kata-kata, kombinasi atau susunan warna dimana unsur-unsur tersebut yang memiliki simbol pembeda dan di gunakan dalam kegiatan perindustrian barang atau jasa. Seperti halnya yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Fath Ayat 29:

مُحَمَّدٌ رَسُولُ اللَّهِ ۚ وَالَّذِينَ مَعَهُ أَشِدَّاءُ عَلَى الْكُفَّارِ رُحَمَاءُ بَيْنَهُمْ ۖ تَرَاهُمْ رُكَّعًا سُجَّدًا
يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنَ اللَّهِ وَرِضْوَانًا ۖ سِيمَاهُمْ فِي وُجُوهِهِمْ مِنْ أَثَرِ السُّجُودِ ۚ ذَٰلِكَ مَثَلُهُمْ فِي التَّوْرَةِ ۚ وَمَثَلُهُمْ
فِي الْإِنْجِيلِ كَزَرْعٍ أَخْرَجَ شَطْأَهُ فَآزَرَهُ فَاسْتَغْلَظَ فَاسْتَوَىٰ عَلَىٰ سُوقِهِ يُعْجِبُ الزُّرَّاعَ لِيَغِيظَ بِهِمُ الْكُفَّارَ ۚ
وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ مِنْهُمْ مَغْفِرَةً وَأَجْرًا عَظِيمًا

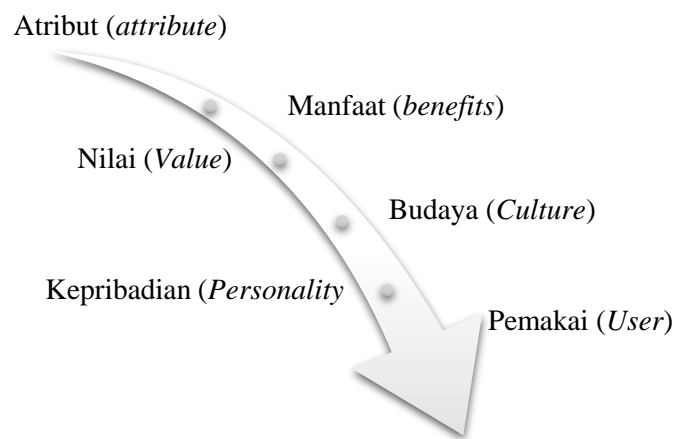
“Muhammad itu adalah utusan Allah dan orang-orang yang bersama dengan dia adalah keras terhadap orang-orang kafir, tetapi berkasih sayang sesama mereka. Kamu lihat mereka ruku' dan sujud mencari karunia Allah dan keridhaan-Nya, tanda-tanda mereka tampak pada muka mereka dari bekas sujud. Demikianlah sifat-sifat mereka dalam Taurat dan sifat-sifat mereka dalam Injil, yaitu seperti tanaman yang mengeluarkan tunasnya maka tunas itu menjadikan tanaman itu kuat lalu menjadi besarlah dia dan tegak lurus di atas pokoknya; tanaman itu menyenangkan hati penanam-penanamnya karena Allah hendak menjengkelkan hati orang-orang kafir (dengan kekuatan orang-orang mukmin). Allah menjanjikan kepada orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh di antara mereka ampunan dan pahala yang besar”.²¹

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa Allah *membranding* umat islam untuk meninggikan nilai dan martabat dari umat lainnya. Personal branding yang baik adalah salah satu faktor yang menjadikan islam dapat diterima oleh umat manusia dari berbagai ras, suku, dan budaya diseluruh dunia. Dalam hal ini ketika sebuah madrasah atau lembaga pendidikan ingin mencapai tujuannya yakni dapat diterima di

²¹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2011)

masyarakat maka harus membangun *brand image* yang baik di mata masyarakat, agar masyarakat mau menerima dan percaya dengan lembaga tersebut.

Merek memegang peranan yang sangat penting karena merek sebenarnya adalah janji penjual secara konsisten yang memberikan keistimewahan, manfaat dan jasa tertentu kepada pembeli. Kotler menjelaskan ada enam tingkatan pengertian, antara lain:



Gambar 2.2 Tingkatan Merek

- a. Atribut (*attribute*): merek mengingatkan kepada atribut tertentu. Mercedes memberikan kesan sebagai mobil mahal, dibuat dengan baik, dirancang dengan baik, tahan lama dan bergengsi tinggi.
- b. Manfaat (*benefits*): merek lebih dari sekumpulan atribut. Bukan atribut yang dibeli konsumen tapi manfaat. Atribut perlu diterjemahkan kedalam manfaat fungsional.

- c. Nilai (*Value*): merek juga menyatakan sesuatu tentang nilai produsen seperti mercedes berarti kinerja tinggi, aman, gengsi dan lainnya.
- d. Budaya (*Culture*): merek dapat mewakili budaya tertentu. Seperti, mercedes menggambarkan budaya Jerman yang terorganisir rapi, efisien dan berkualitas tinggi kepribadiannya.
- e. Kepribadian (*Personality*): merek mencerminkan kepribadian tertentu. Misalnya, mercedes mencerminkan pimpinan yang logis, hebat dan anggun.
- f. Pemakai (*User*): merek menunjukkan tipe atau jenis konsumen yang membeli atau menggunakan produk tersebut.

Merek digunakan produsen sebagai identifikasi produknya agar di kenal oleh masyarakat. Identitas ini menciptakan hubungan antara produsen dan konsumen. Selain sebagai alat untuk mengatasi penjiplakan suatu produk sehingga dapat disimpulkan bahwa penerimaan nama pada suatu merek merupakan indikator dasar utama yang menjadi dasar kesadaran perusahaan dalam mengomunikasikan maupun memosisikan tawarannya. Ada beberapa aspek yang terkandung dalam merek, antara lain:

- a. Nama Merek (*Brand Name*) yang dicirikan berupa huruf, kata, sejumlah kata atau yang dapat diucapkan maupun diingat oleh konsumen.

- b. Tanda Merek (*Brand Mark*) merupakan bagian dari merek serta dikenali namun tidak dapat diucapkan. Misalnya simbol dan desain merek.
- c. Tanda perdagangan (*trade mark*) merupakan suatu pengesahan dari yang berwenang dengan maksud memberikan proteksi dan jaminan pada penggunaanya agar terhindar dari pemalsuan.²²

2. Pengertian *Image*

Citra merupakan representatif mental tentang sesuatu arti dari suatu objek yang terbentuk dari memori konsumen.²³ Kotler mendefinisikan citra sebagai “seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek” kemudian ia menambahkan “sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek sangat dikondisikan oleh citra tersebut”.²⁴

Dapat dijelaskan bahwa kepercayaan, ide dan impresi seseorang sangat besar pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku maupun respon yang akan dilakukan. Jika seseorang memiliki impresi yang tinggi terhadap lembaga pendidikan, maka ia tidak akan ragu untuk mendaftarkan dan mempercayakan lembaga tersebut. Jadi, lembaga pendidikan harus bisa mempertahankan dan menumbuhkan citra positifnya, agar dapat terus mempertahankan eksistensinya dan mampu

²²Ismail, Muhammad, *Strategi Pemasaran untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek*, (Bogor: Percetakan IPB, 2013), Hlm 53

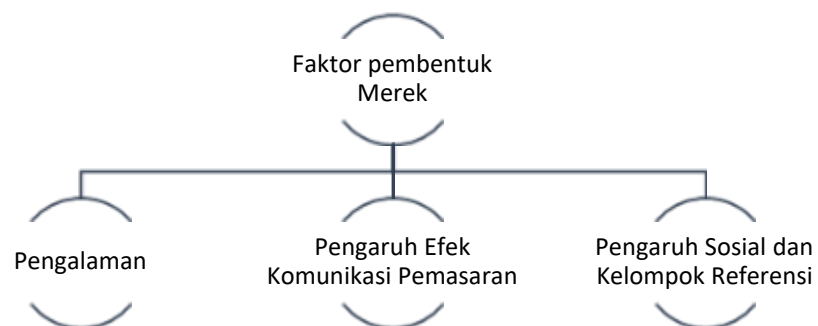
²³ Ibid, Hlm 62

²⁴ Kotler, *The Function of School Administration*, (New York: NYT News Letter March, 2000)

membuat masyarakat percaya untuk mendidik anaknya di lembaga tersebut.

3. Pembentukan Citra Merek

Keller menjelaskan bahwa memori konsumen merupakan fungsi dari sekumpulan jaringan berbagai asosiasi yang berkaitan dengan merek dan menegaskan tentang kebutuhan untuk mempertimbangkan asosiasi merek dalam hubungannya dengan kemampuan konsumen memberikan pengaruh dan evaluasi merek. Dalam pencitraan merek, sikap konsumen yang ditunjukkan oleh persepsi, evaluasi, sampai ke tindakan pembelian terhadap suatu merek. Hal ini bisa ditentukan oleh faktor pembentuk citra merek, antara lain:



Gambar 2.3 Faktor Pembentuk Merek

a. Pengalaman

Pengalaman konsumen terhadap merek akan mempengaruhi image konsumen terhadap merek tersebut. Konsumen telah disuguhi beberapa pengenalan merek dari produk dan jasa, ada yang memuaskan dan ada yang tidak memuaskan. Pengalaman

tersebut akan tersimpan di dalam kepribadian konsumen dan membentuk sebagai citra merek dan citra tersebut relatif sering berubah sejalan dengan ekspektasi dan komunikasi konsumen yang terus menerus berkembang.²⁵

b. Pengaruh Sosial dan Kelompok Referensi

Beberapa merek yang telah digunakan oleh kelompok di sekitar konsumen masih menjadi favorit bagi konsumen untuk menentukan sikap selanjutnya. Selain itu, merek juga dapat menjadi simbol relasi sosial sehingga pencitraan merek yang mendorong terbangunnya loyalitas sangat dipengaruhi oleh kelompok yang diidentifikasinya.²⁶ jadi dalam hal ini sosial dan kelompok referensi juga dapat mempengaruhi citra merek seseorang dan akan mendorong sikap masyarakat dalam menentukan keputusan saat ingin memilih produk atau jasa.

c. Pengaruh Efek Komunikasi Pemasaran

Ahli pemasaran (marketers) merupakan pembangun dan pengelola citra dari suatu merek. Melalui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan secara terintegrasi dengan mengembangkan unsur-unsur bauran pemasaran seperti harga, produk atau jasa yang ditawarkan, pola pendistribusiannya, dan promosi.²⁷

²⁵ Ismail, Muhammad “Strategi Pemasaran untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek”, (Bogor: Percetakan IPB, 2013), Hlm 65

²⁶ Ibid, hlm 66

²⁷ Ibid, Hlm 66

Hal ini merupakan langkah tepat untuk mengenalkan lembaga pendidikan kepada masyarakat sekitar. Dengan adanya bauran pemasaran, lembaga pendidikan bisa mengembangkan eksistensinya sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat pada saat ini dengan pengenalan lembaga pendidikan secara kontinu. Dengan demikian komunikasi pemasaran lembaga yang dibangun oleh pihak lembaga akan mendorong masyarakat sekitar untuk loyal terhadap merek lembaga tersebut.

Semua manajer merek bertugas untuk membangun citra yang kuat bagi mereknya. Keuntungan yang dapat diperoleh sebuah perusahaan jika telah berhasil dalam membentuk citra merek yang positif di benak konsumen atantara lain:

1. Memperpanjang hidup produk atau jasa itu sendiri
2. Citra merek yang positif akan memberikan keuntungan terciptanya loyalitas konsumen. Kepercayaan terhadap produknya, serta kerelaan konsumen dalam mencari produk atau jasa jika membutuhkan.
3. Dapat mendapatkan konsumen yang baru. Hal ini dikarenakan konsumen yang merasa puas dengan produk jasa dan akan menceritakan pengalaman mereka terhadap orang lain sehingga orang lain tersebut tertarik untuk membeli.²⁸

²⁸ Ibid, hlm 68

C. Konsep Daya Saing

1. Pengertian Daya Saing

Daya saing merupakan bentuk kemampuan seseorang atau sebuah organisasi yang memungkinkan untuk bertahan atau tetap survive dalam hidupnya. Dengan kemampuan bersaing, tidak akan mudah tersingkirkan oleh pesaing lainnya. Oleh karena itu, dibutuhkan ketrampilan, pengetahuan, kekuatan untuk meningkatkan daya saing.

Daya saing merupakan kemampuan untuk berkompetisi dalam meningkatkan kualitas seseorang atau sebuah lembaga. Seperti yang dijelaskan dalam Q.S A-Baqarah Ayat 148:

وَلِكُلٍّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”.²⁹

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa islam juga menganjurkan untuk berlomba-lomba dalam hal kebaikan. Dalam membangun strategi untuk meningkatkan daya saing, harus menjunjung tinggi kejujuran, tidak menghalalkan semua cara untuk mencapai tujuannya sendiri, menjauhi kecurangan, menjelekkan pesaing, dan lain sebagainya. Hal tersebut akan mempengaruhi kualitas produk atau jasa. Maka

²⁹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2011)

seharusnya dalam membangun sebuah strategi bersaing harus berkompetensi dengan baik agar menumbuhkan citra yang baik dimata masyarakat.

Dalam daya saing ada beberapa hal yang menjadi fokus utama diantaranya, ketrampilan, kekuatan, pengetahuan, dan sebagainya melalui strategi untuk meningkatkan kualitas dengan mencapai suatu ukuran tertentu dimana kepuasan konsumen menjadi tolak ukurnya, dan sesuai yang disyaratkan sehingga dapat menarik perhatian masyarakat.³⁰

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 41 Tahun 2007 tentang standart proses, menjelaskan bahwa: daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Sumihardjo menjelaskan kemampuan yang dimaksud di dalam Peraturan Menteri Pendidikan Nasional tersebut bahwa daya saing meliputi:

1. Kemampuan memperkuat posisi pasarnya
2. Kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya
3. Kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti
4. Kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan

Dalam upaya peningkatan daya saing organisasi bisnis atau organisasi publik selain pengelolaan ketrampilan yang sesuai dengan kompetensi diperlukan pengelolaan pengetahuan. Pengetahuan juga

³⁰ Wiyatiningsih, Maya, *Peningkatan Mutu Pendidikan untuk Meningkatkan Daya Saing Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Swasta Miftahul Huda Sukolilo Jabung Kabupaten Malang*, (Malang: Tesis UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017)", hlm 17

dapat membuat daya saing perusahaan. Barney mengemukakan bahwa ada 4 kriteria yang dapat dipakai untuk membantu lembaga pendidikan mengidentifikasi sumber daya yang dapat mendukung keunggulan daya saing, sebagai berikut:³¹

a. Berharga

Untuk mendukung keunggulan lembaga pendidikan, suatu sumber daya harus berharga. dalam hal ini dijelaskan bahwa kapasitas menyempurnakan efesiensi, efektivitas organisasi, dan menghasilkan inovasi.

b. Langka

Sumber daya harus langka, dan tidak banyak yang tersedia atau sulit dan sangat diminati. Hal ini juga dapat mendukung daya saing lembaga pendidikan.

c. Sulit ditiru

sulit ditiru. Dalam hal ini lembaga pendidikan harus lebih kreatif dan inovatif agar sulit ditiru oleh pesaingnya.

d. Sulit digantikan

Suatu sumber daya harus sulit dicari penggantinya atau substitusinya. Dalam era persaingan yang berkembang sangat pesat, setiap lembaga pendidikan dipaksa berhadapan dengan lembaga yang lain. Semua lembaga pada umumnya berkeinginan untuk dapat tampil yang terbaik guna menarik

³¹ Ismail Majuki, *Manajemen Pengetahuan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), hlm 23

perhatian pasar.³² lembaga pendidikan harus menghasilkan kualitas yang baik, meningkatkan keunggulan bersaingnya dan meningkatkan citranya agar mendapat kepercayaan dari masyarakat. Menurut porter³³, ada beberapa indikator daya saing, yaitu harga pesaing, kualitas produk dan keunggulan produk.

2. Penerapan Strategi Daya Saing

Ada beberapa pola dalam strategi bersaing, antara lain:

- a. Pola menarik pelanggan, dengan cara membangun sebuah kepercayaan, menawarkan harga yang lebih kompetitif dengan mutu yang baik.
- b. Menahan tekanan kompetitif, dengan cara membangun kekuatan pada semua komponen lembaga.
- c. Memperkuat posisi organisasi pasar, dengan cara memperkuat jaringan, membangun citra, dan memberikan jaminan kepuasan dan kepercayaan.
- d. Strategi kepemimpinan berbiaya rendah, dengan fokus strategi pada biaya rendah yang dilakukan dengan cara menetapkan strategi penyediaan biaya terbaik, menjadi penyediaan kebutuhan, memeriksa biaya setiap kegiatan, mengelola biaya yang lebih rendah, biaya kegiatan ulang untuk mngurangi biaya keseluruhan,

³² Dedi Mulyasa, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*, (Bandung: Pemaia Rosdakarya, 2011), hlm 185

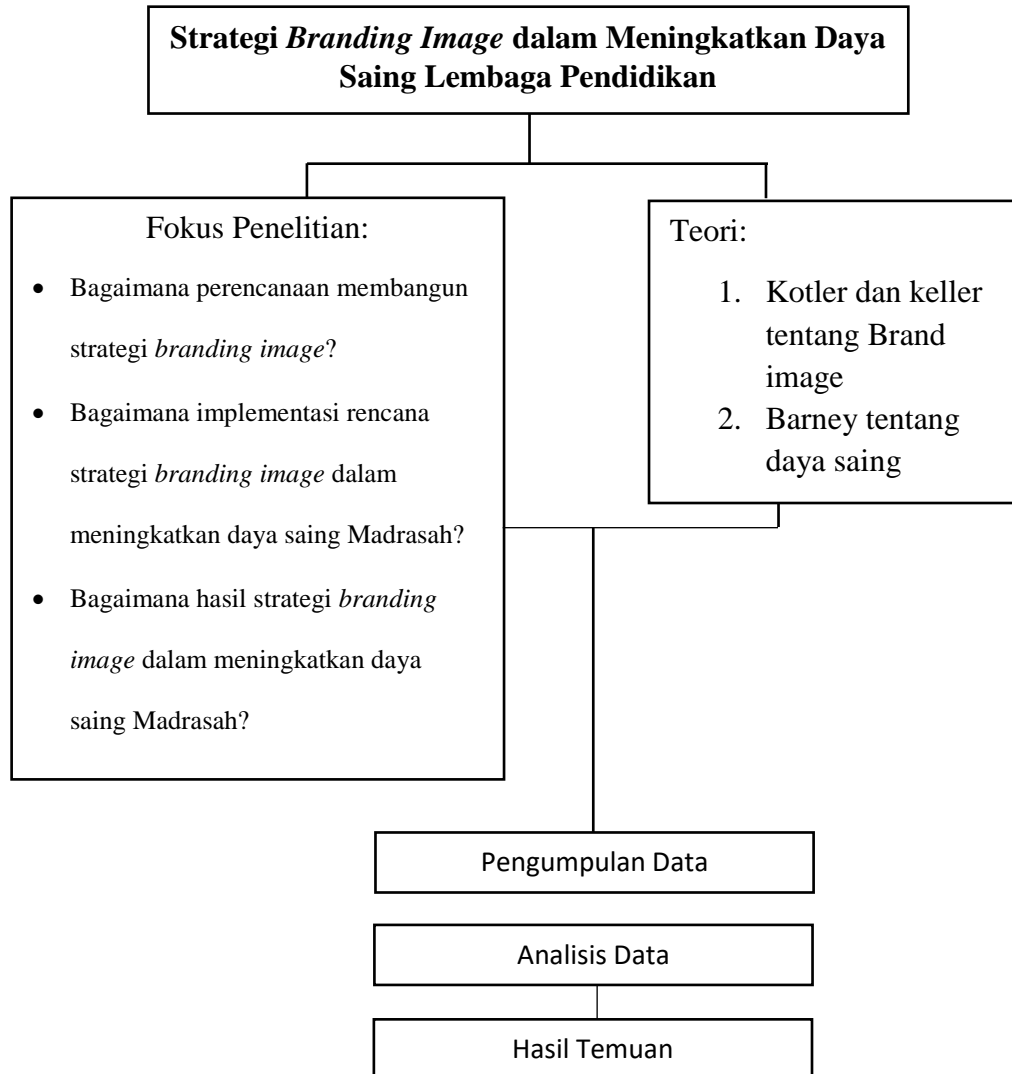
³³ Porter, Michael E, *Competitive Advantage (Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggulan)*, (Kharisma Publishing Group 2008), hlm. 419

potong beberapa aktivitas biaya karena rantai ilai, menetapkan harga dan paket alternatif.

- e. Strategi memperbanyak konsumen, dengan cara penyediaan program atau jurusan yang dibutuhkan oleh pasar dan menyediakan hal baru. ³⁴Lembaga dituntut untuk terus berinovasi, menciptakan suatu hal yang baru menciptakan nilai yang tidak mudah ditiru agar tetap menumbuhkan loyalitas dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan.

³⁴ Dedi Mulyasa, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*, (Bandung: Pemaja Rosdakarya, 2011), hlm 221

D. Kerangka Berfikir



Bagan 2.1 Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menghasilkan data deskriptif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang berlandaskan post positivisme yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah. Dimana peneliti adalah sebagai instrumen, teknik pengumpulannya secara gabungan, analisis data yang dilakukan bersifat induktif/ kualitatif dan hasil penelitian bisa menekankan pada generalisasi.³⁵ Bodgan dan Taylor berpendapat bahwa metode penelitian merupakan prosedur-prosedur riset yang menghasilkan data kualitatif yang berisi catata atau ungkapan orang itu sendiri atau tingkah laku mereka yang melakukan observasi.³⁶

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan rancangan studi kasus. Tujuannya untuk memperoleh deskripsi yang utuh secara mendalam dari sebuah entitas. Hal ini dimaksudkan agar menghasilkan data yang dapat di analisis untuk membangun sebuah teori tentang “Strategi *Branding Image* dalam Meningkatkan Daya Saing Mdrasah di MTsN 3 Mojokerto”. Data studi kasus diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

³⁵ Sugiyono, Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm 9

³⁶ Bodgan, Robert dan Taylor, Steven J, “Kualitatif Dasar-Dasar Penelitian”, Ed, Afandi, A. Khozin, (Surabaya: Usaha Nasional, 1993), hlm 30

B. Kehadiran Peneliti

Ciri khas dari penelitian kualitatif tidak dapat dipisahkan dari pengamatan berperan serta, tetapi peranan penelitilah yang menentukan keseluruhan skenarionya.³⁷

Oleh karena itu, dalam penelitian ini dalam mengumpulkan data di lapangan, peneliti berperan serta dan mengikuti secara aktif kegiatan di lapangan, karena karakteristik dari penelitian kualitatif salah satunya adalah peneliti sendiri yang menjadi alat pengumpul data utama. Peneliti berperan sebagai instrumen dan berpartisipasi penuh ketika melakukan penelitian serta sebagai pengumpul data.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di MTsN 3 Mojokerto yang beralamatkan di Jalan Pendidikan No. 2, Glonggongan, Sumbertebu, Kecamatan Bangsal, Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur.

Peneliti melakukan penelitian di MTsN 3 Mojokerto dikarenakan ketertarikan peneliti terhadap strategi *branding image* madrasah tersebut. Peneliti melakukan penelitian di lokasi ini karena MTsN 3 Mojokerto merupakan salah satu madrasah yang banyak di minati dan memiliki daya saing tinggi, dimana dari tahun ke tahun peminat dari MTsN 3 Mojokerto selalu bertambah. Oleh karena itu, Peneliti ingin mengetahui upaya apa yang dilakukan madrasah untuk membangun *brand image* madrasah dalam

³⁷ Lexi J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosdakarya, 2017), Hlm

meningkatkan daya saingnya agar tetap menjaga eksistensinya di masyarakat.

D. Data dan Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan sebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lai-lain. Berkaitan dengan hal tersebut pada bagian ini jenis datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistik.³⁸ Data yang akan peneliti kumpulkan adalah data yang sesuai dengan fokus penelitian yakni yang berhubungan dengan strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing lembaga di MTsN 3 Mojokerto. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan oleh peneliti ada dua, yaitu data primer dan sekunder. Data primer yaitu sumber data yang diperoleh secara langsung yang diamati dan dicatat secara langsung, berupa wawancara dan observasi. Sumber data primer pada penelitian ini meliputi kepala sekolah, waka humas, waka kesiswaan, dan Tim Pengembang Mutu Madrasah. Sedangkan data sekunder diperoleh dari data yang sudah ada, terdiri dari dokumen-dokumen dan foto yang berkaitan dengan penelitian. Sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa sejarah sekolah, dokumen jumlah siswa tiga tahun terakhir, dokumen prestasi, foto kegiatan dan data lainnya yang mendukung.

³⁸ Ibid, 157

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan percakapan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.³⁹ Wawancara atau interview biasa disebut kuesioner lisan, merupakan sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk mendapatkan informasi dari terwawancara dengan cara menghimpun bahan keterangan yang dilakukan dengan tanya jawab secara lisan dengan berhadapan muka atau secara tatap muka dan dengan arah tujuan yang sudah ditetapkan.⁴⁰

Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada kepala sekolah, waka humas, waka kesiswaan, Tim Pengembang Mutu Madrasah dan siswa. Peneliti menggunakan teknik wawancara secara terstruktur dalam pelaksanaannya. Adapun instrumen yang digunakan yakni:

Tabel 3.1 Indikator Kebutuhan Data Wawancara

Fenomena yang diamati	Indikator	Item
Strategi <i>Branding Image</i> dalam	Strategi <i>Branding Image</i>	1. Perencanaan 2. Implementasi

³⁹ Ibid, hlm 186

⁴⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), hlm 155

Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MTsN 3 Mojokerto		3. Hasil
	Peningkatan Daya Saing Madrasah	1. Perencanaan 2. Implementasi 3. Hasil

2. Observasi

Teknik observasi merupakan cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian.⁴¹ Teknik observasi dilakukan secara luas dengan menggambarkan secara umum kondisi sosial yang terjadi pada MTsN 3 Mojokerto. Adapun data yang diambil dari teknik observasi adalah:

Tabel 3.2 Indikator Kebutuhan Data Observasi

No.	Kebutuhan Data
1.	Profil Madrasah <ul style="list-style-type: none"> a. Sejarah b. Visi, Misi, Tujuan c. Struktur Organisasi d. Sarpras e. Data Guru dan Data Siswa
2.	Keadaan Tenaga Pendidik dan Kependidikan
3.	Prestasi Madrasah

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm 225

4.	Kegiatan Madrasah
5.	Program Unggulan Madrasah
6.	Data Dan Grafik Perkembangan Siswa selama 5 Tahun
7.	Kualitas Lulusan
8.	Akreditasi Kelembagaan

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang merupakan surat, catatan harian, laporan, cinderamata, transkrip dan lain sebagainya.⁴² Teknik dokumentasi ini dilakukan untuk memperkuat data yang sudah didapatkan baik melalui data yang telah diamati maupun data hasil wawancara. Dalam penelitian ini dokumentasi berasal dari foto kegiatan, struktur organisasi, program unggulan, prestasi, perkembangan jumlah siswa dan lain sebagainya.

Tabel 3.3 Kebutuhan Dokumentasi

No.	Kebutuhan Dokumentasi
1.	Penerimaan Peserta Didik Baru
2.	Kegiatan Madrasah
3.	Dokumentasi saat Wawancara

⁴² Juliansyah Noor, Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah, (Jakarta: Pernadamedia Group, 2012), Hlm 141

F. Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data menurut Bodgan dan Biklen adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satan yang dapat dikelola, mensentesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.⁴³ Adapun analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga komponen yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.⁴⁴ Analisis data tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Dalam tahap ini, peneliti melakukan penyederhanaan, memilah dan memfokuskan data. Peneliti melakukan pemilihan dan merangkum data yang diperoleh di lapangan yang sesuai dengan fokus penelitian.

2. Penyajian Data

Dalam tahap ini, peneliti menyusun data yang sudah ada dengan teks yang bersifat naratif, selain itu bisa juga berupa grafik dan bagan.

3. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir yaitu penarikan kesimpulan. Dalam tahap ini, peneliti membuat kesimpulan dengan mencermati dan dan

⁴³ Lexi J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosdakarya, 2017), Hlm 248

⁴⁴ Parwito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: Lkis Pelang Aksara, 2007), hlm 104

menggunakan pola pikir secara keseluruhan. Dengan hal ini peneliti akan mendapatkan jawaban dari fokus penelitian.

G. Pengecekan Keabsahan

Dalam pengecekan keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, diluar dari data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.⁴⁵

Triangulasi sumber merupakan pengecekan data dari beberapa sumber untuk mencari data yang sama. Data tersebut berasal dari perbandingan hasil wawancara dari pihak yang berbeda. Triangulasi metode berarti mendapat data dari informan yang sama dengan metode yang berbeda. Misalnya data tersebut berasal dari informan yang sama tetapi untuk mengecek keabsahannya peneliti membandingkan antara hasil wawancara dan dokumentasi.

⁴⁵ Lexi J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosdakarya, 2017), Hlm 330

BAB IV

PAPARAN DATA HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Identitas Madrasah

Nama Madrasah	: MTsN 3 Mojokerto
Nomor Statistik Madrasah (NSM)	: 121135160003
Nomor Pokok Sekolah Nasional (NPSN)	: 20582223
Alamat	: Jl. Pendidikan No. 02
Kelurahan	: Sumbertebu
Kecamatan	: Bangsal
Kabupaten	: Mojokerto
Provinsi	: Jawa Timur
Kode Pos	: 61381
No Telepon	: 0821 6850805
E-mail	: mtsnbangsal@gmail.com
Status Madrasah	: Negeri
Status Akreditasi	: A

Penelitian ini dilakukan di MTsN 3 Mojokerto yang beralamatkan di Jalan Pendidikan No. 2, Glonggongan, Sumbertebu, Kecamatan Bangsal, Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur. Lokasi madrasah bisa dibilang strategis karena dekat dengan jalan raya dan banyak kendaraan umum seperti mikrolet, bus, dan ojek yang akan memudahkan siswa-siswinya

untuk menuju ke madrasah. Dalam hal ini juga mampu meningkatkan minat peserta didik karena letak lokasi madrasah yang strategis.

MTsN 3 Mojokerto mempunyai akreditasi A. Dari tahun ke-tahun MTsN 3 Mojokerto mengalami perkembangan yang baik. Hal ini menandakan bahwa madrasah ini bermutu sehingga dapat menjadi daya tarik masyarakat untuk memasukkan putra-putrinya mengenyam pendidikan di MTsN 3 Mojokerto.

2. Sejarah MTsN 3 Mojokerto

Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Kabupaten Mojokerto merupakan lembaga Pendidikan Agama di Lingkungan Departemen Agama atau sekarang Kementerian Agama Kab. Mojokerto. Asal mulanya para tokoh masyarakat desa Sumbertebu setelah berhasil mendirikan Madrasah Ibtidaiyah di desa sumbertebu ingin mendirikan lembaga lanjutan MI berupa pendidikan yang bernuansa islami yaitu Madrasah Tsanawiyah. Berkat kerjasama semua tokoh masyarakat dan unsur pemerintah desa khususnya dusun Glonggongan desa Sumbertebu maka berdirilah Madrasah TsanawiyahSwasta yang bernama MTs Filial Bangsalpada 11 Juli 1984.

Tujuan didirikan madrasah ini adalah untuk menolong anak-anak yang kurang mampu dalam melanjutkan sekolah, dan tidak kalah pentingnya adalah mencetak muslim yang cerdas dan tawqwa. Pencetus awal berdirinya madrasah ini adalah KH. Mahfud Zaini dan H. Hidayat. Beliau pada tahun 1982 merasakan bahwa lulusan MI/SD perlu dibuatkan

wadah untuk mencetak generasi muslim yang cerdas dan bertaqwa sehingga pada tahun 1982 beliau mengadakan pertemuan untuk membicarakan hal itu dan terus berlanjut menggali informasi dan meminta bantuan kepada sahabat-sahabat beliau untuk mendirikan madrasah. Diantara sahabat beliau yang diajak untuk berfikir dan menggagas berdirinya madrasah tersebut adalah KH. Hasbi Alloh, H. Matbuchin, Karim, dan Sumarto Mansur. Mereka berenam sepakat berjuang bagaimana madrasah tsanawiyah ini terbentuk, tibalah masalah yaitu masalah dana. Tetapi tidak putus asa, mereka tetap berupaya dan akhirnya sebagai dana awal bersumber dari bantuan Kas MI Sumbertebu dan sumbangan dari Jamiyah Yasinan masyarakat Glonggongan.

Dengan modal semangat itulah akhirnya pada tanggal 1 Juli 1984 berdirilah madrasah tsanawiyah yang diberinama MTs. Sumbertebu dengan Kepala Madrasah Bp. Moh. Arief. Dengan jumlah murid 71 orang dijadikan 2 kelas. Karena belum punya gedung sendiri maka untuk sementara pada tahun 1984 – 1985 kegiatan pembelajaran dilakukan di gedung MI Sumbertebu dan di rumah-rumah masyarakat sekitar. Pada saat gedung MI direhab total tahun 1985-1986 terpaksa pembelajaran dilakukan di SDN Ngastemi dan baru tahun 1986 – 1992 dapat menempati kembali di gedung MI Sumbertebu. Ternyata untuk operasional madrasah masih tetap mengalami kendala dan Alhamdulillah pada tahun 1984-1986 MI masih selalu membantu, dan baru tahun 1986 – 1992 bisa mulai menyumbang bantuan Rp. 6.000,- untuk biaya kebersihan dan listrik. Melihat perkembangan siswa semakin meningkat maka pada tahun 1992

masyarakat Dusun Glonggongan rela membantu perluasan tanah madrasah dengan mewakafkan 30 cm tanah sawahnya berjumlah 68 orang. Disamping itu ada yang secara wakaf pribadi adalah B. Kariah dan P. Intoha, disamping beli sendiri disebelah utara MI Sumbertebu. Atas kebijaksanaan Pamong, BP3, Pengurus MI, Kepala MTsN, dan Kepala MI maka semua tanah MTsN yang berceceran tidak jadi satu dikumpulkan dan ditukar dengan tanah MI tanpa tambah uang, yang bertujuan memudahkan dalam membangun tambahan gedung sehingga bersebelahan dengan MI.

Karena siswanya tambah tahun tambah meningkat, agar bisa memenuhi kebutuhan dari masyarakat sekitar maka madrasah diproses untuk dinegerikan diawali dengan berganti nama menjadi MTs. Filial Bangsal. Selanjutnya tahun 1991 menjadi MTs Negeri Bangsal sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 137 Tahun 1991 tentang Pembukaan dan Penegerian Madrasah tanggal 11 Juli 1991. Yang bertempat di MI “Hidayatul Mubtadi’in” Sumbertebu sebagai tempat kegiatan KBM dengan waktu KBM siang hari. Baru pada tahun 1992 MTsN Bangsal resmi pindah dan menempati dan menempati gedung sendiri.

Kemajuan dan perkembangan jumlah siswa MTsN Bangsal menurut pandangan kami cukup baik. Sehingga pada Tahun Anggaran 1993 mendapat proyek sebanyak 2 unit yang terdiri dari 6 RKB. Kemudian Tahun Anggaran 1995 mendapat 1 unit yang terdiri dari 3 RKB. Karena tiap tahun kemajuan siswa sangat menonjol maka perlu bantuan

dari masyarakat sekitar melalui Komite, sebagian penduduk mewakafkan tanahnya guna kelancaran proses KBM MTsN Bangsal sebanyak 11 orang dan sudah bersertifikat tanah wakaf. Dan pada tahun 2008 MTsN Bangsal membeli tanah seluas 800 m² seharga Rp. 25.000.000,- (duapuluh lima juta rupiah) guna kelancaran pembangunan berikutnya yang terletak di sebelah utara parker sepeda atau pagar belakang. Kemudian pada tahun 2010 membeli tanah seluas lebih kurang 1.500 m² seharga Rp. 70.000.000,- (tujuh puluh juta rupiah), sebelah utara tanah yang lama, guna kelancaran pembangunan gedung 2 unit RKB dan Lab. IPA Tahun Anggaran 2010. Pada tahun 2019 ini madrasah telah memiliki 24 ruang kelas, 2 ruang komputer, ruang kesenian, ruang lab IPA, ruang perpustakaan, ruang TU, ruang guru dan fasilitas lainnya.

Pada tahun 2016 ada kebijakan baru yang diterbitkan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia berdasarkan KMA RI Nomor 673 Tahun 2016 tentang perubahan nama madrasah. MTsN Bangsal diubah namanya menjadi **“MTsN 3 Mojokerto”**

Nama-nama Kepala Madrasah Yang Pernah Menjabat di MTsN 3 Mojokerto

- | | | |
|----|---------|----------------------|
| a. | Nama | : H. Moh. Thojib |
| | NIP | : 150017206 |
| | Periode | : 1992 s/d 1997 |
| b. | Nama | : H. Abd. Choliq, BA |
| | NIP | : 150042353 |
| | Periode | : 1997 s/d 2004 |

- c. Nama : Drs. H. Moh. Choiri
NIP : 150158618
Periode : 2004 s/d 2009
- d. Nama : Drs. H. Budi Prayitno, M.Pd
NIP : 196305151992031005
Periode : 2009 s/d 2010
- e. Nama : Drs. H. Amenan
NIP : 19570308 198102 1 003
Periode : 2010 s/d 2012
- f. Nama : Drs. H. M. Hasan Basyari, M.Pd.
NIP. : 19550706 198203 1 003
Periode : 2012 s/d 2014
- g. Nama : H. Agus Tiono, S.Pd. MH.
NIP. : 196908172003121003
Periode : 2015 s/d 2017
- h. Nama : Drs. Nur Kholis, MM
NIP : 196604091997031004
Periode : 2017 s/d 2020
- i. Nama : Drs. Rahmad Basuki, M.Pd
NIP : 19612061994031008
Periode : 2021 s/d Sekarang

3. Visi dan Misi MTsN 3 Mojokerto

a. Visi Madrasah

“Luhur Dalam Pekerti, Unggul Dalam Prestasi, Dan Terampil Dalam Teknologi”

Indikator Visi :

1. Unggul dalam pembinaan keagamaan Islam
2. Unggul dalam Prestasi Akademik dan Non akademik.
3. Unggul dalam Proses Pembelajaran
4. Unggul dalam Kelulusan
5. Unggul dalam Teknologi Informasi dan Komunikasi

b. Misi Madrasah

1. Membekali siswa dengan keimanan, ketaqwaan dan akhlakul karimah
2. Membekali siswa dengan wawasan dasar pengetahuan umum
3. Meningkatkan kompetensi siswa dalam bidang akademik dan non akademik
4. Mengembangkan pembelajaran yang inovatif menyenangkan dan islami
5. Meningkatkan kompetensi dalam bidang IT

4. Keadaan Saran dan Prasarana

Tabel 4.1 Gedung Madrasah

No	Jenis Ruang	Jumlah	Luas m ²
1	RuangTeori/Kelas	26	1,323
2	Laboratorium IPA	1	63
3	Laboratorium Komputer	1	81
4	Ruang Perpustakaan	1	140
5	Ruang UKS	1	63
6	Koperasi Siswa	1	14
7	Ruang BP/BK	1	60
8	Ruang Kepala Sekolah	1	35
9	Ruang Guru	1	126
10	Ruang TU	1	63
11	Ruang OSIS	1	63
12	Kamar Mandi/WC Guru	3	4
13	Toilet siswa laki-laki	8	80
14	Toliet Siswa Perempuan	6	60
15	Gudang	1	15
16	Mushollah	1	63
17	Ruang Kesenian / Ketrampilan	1	63

Tanah madrasah memiliki luas areal seluruhnya 10,760 m². Di sebelah kanan MTsN Bangsal berbatasan langsung dengan MI “Hidayatul Muhtadi’in” Sumbertebu Bangsal. Dengan rincian sebagai berikut :

- Bersertifikat = 6.657 m², berupa bangunan 3.457 m², halaman 709 m², lapangan 1.296 m², lain-lain 1.195 m²
- Belum bersertifikat = 4.103 m² berupa kebun.

5. Keadaan Pendidikan dan Tenaga Kependidikan

Jumlah seluruh personil/ tenaga pendidik dan kependidikan Madrasah terdiri dari Kepala Madrasah, Tenaga Guru, Tenaga Administrasi, dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 4.2 Jumlah Tenaga pendidik dan Kependidikan

No.	Status	Jumlah	Tingkat Pendidikan					
			>= SLTA	D1	D2	D3	S1	S2
1.	Guru Tetap / PNS	41					33	8
2.	Pegawai Tetap / PNS	6					6	
3.	Guru Tidak Tetap / Non PNS	18					18	
4.	Pegawai Tidak Tetap / Non PNS	9	6				3	
JUMLAH		74	6				60	8

Kemajuan dan keberhasilan tertib administrasi suatu lembaga pendidikan harus didukung dengan adanya sumber daya manusia yang memadai baik dari segi kualitas dan kuantitas. Oleh karena itu MTsN 3 Mojokerto berusaha untuk memenuhi kuantitas dan kualitas dari tenaga pendidik dan kependidikannya agar mencapai madrasah yang bermutu.

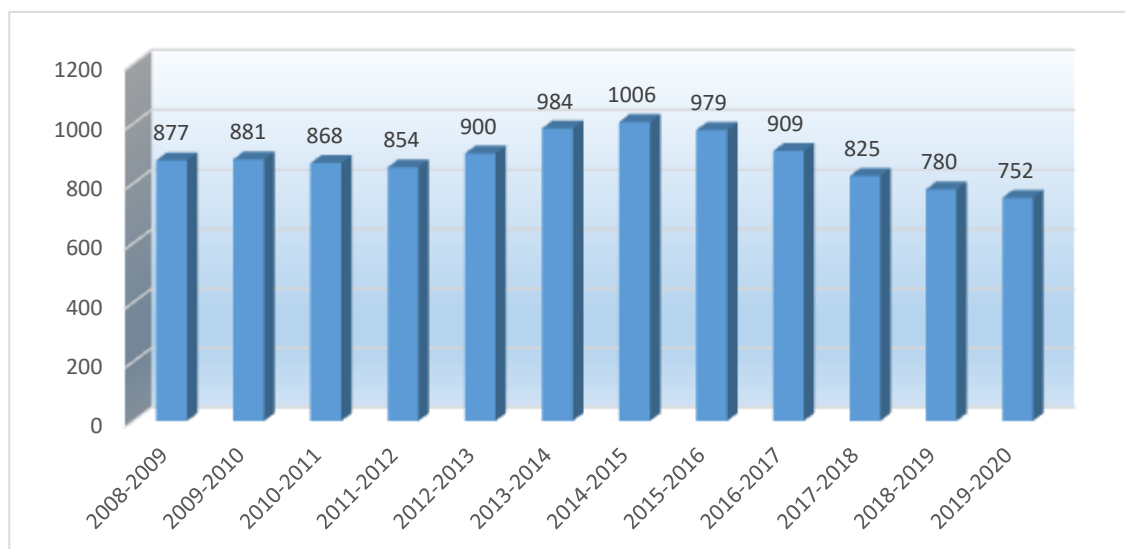
6. Perkembangan Siswa

Jumlah peserta didik pada tahun pelajaran 2019/2020 seluruhnya berjumlah 780 siswa. peserta didik dikelas VII sebanyak 260 (8 rombongan belajar), kelas VIII 254 (8 rombongan belajar), kelas IX

sebanyak 242 (8 rombongan belajar). Adapun perkembangan jumlah peserta didik dari tahun ke tahun berdasarkan jenis kelamin, mutasi dan kelulusan siswa secara detail ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 4.3 Perkembangan Jumlah Siswa

NO	TAHUN PELAJARAN	TOTAL											
		KEADAAN JUMLAH MURID			MUTASI				KEADAAN JUMLAH AKHIR TAHUN				
					MASUK		KELUAR						
		L	P	JML	L	P	L	P	L	P	JML	%	
1	2008-2009	435	443	877	2	1	1 2	2	423	440	863	100	
2	2009-2010	452	429	881	1	0	8	2	443	427	870	100	
3	2010-2011	445	423	868	1	2	1 0	4	435	419	854	100	
4	2011-2012	447	407	854	1	2	1 2	1	435	406	841	100	
5	2012-2013	467	433	900	0	1	1	3	466	431	897	100	
6	2013-2014	498	486	984	0	1	7	3	491	484	975	100	
7	2014-2015	517	489	1006	2	3	4	6	513	485	998	100	
8	2015-2016	493	484	979	0	1	7	1	486	484	970	100	
9	2016-2017	478	434	909	4	1	4	3	478	432	907	100	
10	2017-2018	426	399	825	0	0	9	13	417	386	803	100	
11	2018-2019	388	392	780					384	387	771	100	
12	2019-2020	371	381	756									



Gambar 4.1 Grafik Perkembangan Jumlah Siswa

Kondisi perkembangan peserta didik yang mengalami kenaikan dan penurunan masih dalam tingkat kewajaran dalam setiap tahunnya menunjukkan bahwa masyarakat mempunyai pandangan yang baik untuk madrasah. Dari tahun ke tahun minat yang mendaftar di MTsN 3 Mojokerto semakin meningkat hanya saja ada pembatasan kelas. Perbandingan antara jumlah pendaftar dan yang diterima bisa dibilang cukup mengalami kenaikan dalam hal meningkatkan animo peserta didik. Hal ini menunjukkan bahwa *brand image* yang dibangun oleh madrasah cukup baik untuk menarik minat dan kepercayaan masyarakat.

B. Paparan Data Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih 3 bulan mulai bulan maret 2021 sampai mei 2021. Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui wawancara. Adapun informan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

Tabel 4.4 Identitas Informan

No.	Nama Informan	Jenis Kelamin (L/P)	Jabatan
1.	Sulton Tohuri, S.Si	L	Waka Kurikulum
2.	Sujilah, S. Pd	P	Waka Humas
3.	Abdul Salim, S. Ag	L	Waka Kesiswaan
4.	Tukiran, S.Pd	L	Ketua TPM

Paparan data penelitian disajikan mulai dari kegiatan perencanaan strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah di MTsN 3 Mojokerto, implementasi rencana strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing

madrasah di MTsN 3 Mojokerto, dan hasil strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah di MTsN 3 Mojokerto. Berikut pemaparan hasil penelitiannya:

1. Perencanaan Strategi *branding image* dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MTsN 3 Mojokerto

Perencanaan merupakan langkah awal yang dilakukan untuk menjalankan suatu strategi agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam bidang manajemen, *planing* atau perencanaan merupakan salah satu fungsi manajemen. Perencanaan strategi merupakan gambaran tentang hasil yang diharapkan tercapai pada masa yang akan datang. Oleh karena itu, penting sekali bagi madrasah untuk menyiapkan perencanaan yang baik. Sebuah perencanaan tersebut berperan penting dalam gerak langkah madrasah kedepannya. Adanya perencanaan strategi dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu program.

Dalam peningkatan daya saing madrasah hal tersebut dapat menarik minat masyarakat kepada madrasah. MTsN 3 Mojokerto memiliki perencanaan dalam membuat strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah. Hal ini seperti yang telah diungkapkan oleh Ibu Sujilah selaku Waka Humas MTsN 3 Mojokerto bahwa:

“MTsN 3 Mojokerto merupakan satu-satunya MTs Negeri di kecamatan bangsal Mojokerto. Agar bisa bersaing dengan sekolah lain, maka madrasah harus menyiapkan berbagai rencana strategi untuk meningkatkan daya saing antar lembaga. Strategi membentuk citra madrasah untuk tahun ini dan sudah berjalan beberapa tahun MTsN 3 Mojokerto ada beberapa kelas yang dibuat untuk menarik

minat masyarakat atau siswa yang termasuk program unggulan dari madrasah kami.”⁴⁶

Perencanaan strategi *branding image* di MTsN 3 Mojokerto salah satunya yaitu membuat program unggulan madrasah yang berupa penambahan kelas prestasi akademik, kelas peminatan, kelas Tahfidzul Qur'an, dan yang terbaru adalah kelas Olahraga Prestasi. Perencanaan pada penambahan program unggulan ini dirumuskan oleh TPM (Tim Pengembang Madrasah), seperti yang di jelaskan oleh Bapak Sulton selaku Waka Kurikulum:

“Yang mengadakan program unggulan yaitu TPM (Tim Pengembang Madrasah). TPM seperti rumah tangganya madrasah. contohnya ketika ada *event* atau lomba-lomba apa yang menganggarkan adalah TPM. Misalnya ingin membentuk madrasah adiwiyata, atau program lainnya yang mengatur adalah TPM.”⁴⁷

Dapat disimpulkan bahwa TPM (Tim Pengembang Madrasah) merupakan tim yang mempunyai tugas mengembangkan madrasah. Maksud dari mengembangkan yaitu meliputi pengembangan kurikulum sehingga mempunyai program unggulan yang diharapkan dapat mencapai tujuan madrasah. Dalam hal ini MTsN 3 Mojokerto membentuk Tim khusus untuk pengembang madrasah. Dalam TPM terdapat 11 orang sebagaimana yang dijelaskan oleh Bapak Hasan selaku Ketua TPM bahwa:

“Anggota kami ada 11 orang. 3 anggota inti yaitu Ketua, Sekretaris, dan Bendara. Kemudian sisanya ada 8 orang yang mewakili dari beberapa standart pokok.”⁴⁸

⁴⁶ Wawancara dengan Ibu Sujilah, Waka Humas MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 18 April 2021

⁴⁷ Wawancara dengan Bapak Sulton, Waka Kurikulum MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 26 April 2021

⁴⁸ Wawancara dengan Bapak Hasan, Ketua TPM MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 18 April 2021

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa ada 11 orang anggota TPM. 3 anggota inti dan 8 yang mewakili beberapa standar yaitu standar isi, standar proses, standar penilaian, kompetensi lulusan, standar pendidik dan tenaga kependidikan, standar pengelolaan, standar pembiayaan, dan standar sarana dan prasarana. Kemudian tugas pokok dari TPM yaitu menyusun EDM (Evaluasi Diri Madrasah), menyusun RKM (Rencana Kerja Madrasah), RKAM (Rencana Kerja dan Anggaran Madrasah), dan RKTm (Rencana Kerja Madrasah). EDM dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan madrasah mengevaluasi baik dari 8 standar diatas.

Tabel 4.5 Team Pengembang Madrasah

BIDANG KEGIATAN	NAMA
Koordinator Standar Isi	Sulton Tohuri, S.Si., M.Si
Koordinator Standar Proses	Sujilah, S.Pd
Koordinator Standar Kelulusan	Abdul Salim, S.Ag
Koordinator Standar PTK	Moh. Shodiq, S.Pd.I
Koordinator Standar Sarpras	Drs. Rodhi Fahrudin
Koordinator Standar Pengelolaan	Didik Syahrudin, S.Pd
Koordinator Standar Pembiayaan	Lis Sulfianah, M.Pd.I
Koordinator Standar Penilaian	Luqman Fathoni, M.Pd

Selain penambahan program unggulan guna membentuk citra madrasah, MTsN 3 Mojokerto juga mempunyai beberapa strategi lain untuk meningkatkan daya saing madrasah. Seperti halnya yang dijelaskan oleh Bapak Abdul Salim selaku waka kesiswaan MTsN 3 Mojokerto, bahwa:

“Dalam rangka membentuk citra madrasah, yang dilakukan oleh kami yaitu meningkatkan prestasi madrasah. MTsN 3 Mojokerto membentuk TPMM (Tim Penjamin Mutu Madrasah) untuk

membantu meningkatkan prestasi siswa baik dalam bidang akademik maupun non akademik.”⁴⁹

Pernyataan ini juga diperjelas oleh bapak Sulton sebagaimana berikut:

“TPMM (Tim Penjamin Mutu Madrasah) ini tugasnya untuk peningkatan SDM yang mengurus lomba-lomba. Semisal ada olimpiade nanti yang menghandel adalah TPMM.”⁵⁰

Jadi dapat disimpulkan bahwa TPMM (Tim Penjamin Mutu Madrasah) dibentuk untuk meningkatkan prestasi madrasah baik akademik maupun non akademik. Dalam TPMM ada 3 koordinator, yaitu koordinator pengembangan sumberdaya PTK, Koordinator lomba akademik, dan koordinator lomba non akademik. Selain terdapat koordinator, didalam TPMM juga terdapat guru pembina KSM/ Olimpiade yang dibagi menjadi beberapa rumpun mata pelajaran.

Tabel 4.6 Penjamin Mutu Madrasah

BIDANG KEGIATAN	NAMA
Koordinator Pengembangan Sumberdaya PTK	Luqman Fathoni, M.Pd
Koordinator Lomba Akademik	Karmuji Novidianto, S.Pd
Koordinator Lomba Non Akademik	Rachma Novella, S.Pd

Setelah berbagai perencanaan strategi yang disiapkan oleh madrasah guna meningkatkan daya saingnya, madrasah juga perlu mempromosikan madrasah kepada masyarakat. Publikasi madrasah juga

⁴⁹ Wawancara dengan Bapak Salim, Waka Kesiswaan MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 18 April 2021

⁵⁰ Wawancara dengan Bapak Sulton, Waka Kurikulum MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 26 April 2021

termasuk rencana yang harus dilakukan oleh madrasah agar supaya masyarakat bisa mengenal madrasah.

“Tujuan target kami yaitu anak-anak SD/ MI. Biasanya anak SD/ MI suka dengan yang namanya sebuah pertunjukan. Jadi untuk memberikan atau menarik minat siswa agar masuk ke MTsN 3 Mojokerto yang pertama melalui media sosial youtube dengan memposting kegiatan-kegiatan madrasah. Dengan begitu sebelum masuk madrasah atau melakukan PPDB, anak-anak sudah lebih mengenal dan berminat untuk bersekolah di MTsN 3 Mojokerto.”⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa publikasi madrasah juga merupakan langkah penting untuk menunjang proses keberhasilan dalam pengenalan madrasah kepada masyarakat sekitar. Tim pelaksana dalam kegiatan ini yaitu tim Humas. Humas sendiri mempunyai tim khusus yang berguna untuk meliput berita-berita, baik dari siswa atau guru ada timnya sendiri-sendiri. Tim guru meliput kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan guru-guru dan tim siswa meliput berita yang berhubungan dengan kegiatan madrasah.

Untuk rekrutmen dari siswa sendiri yaitu dari bakat siswa yang dimiliki dan keminatannya dalam jurnalistik. Hal ini juga merupakan salah satu pembinaan dan pengembangan minat, bakat, kreatifitas serta kemampuan siswa. Adapun media sosial yang digunakan adalah website madrasah, facebook, instagram, twitter, youtube, dan website kanwil yang tujuannya semua sekolah mengetahui kegiatan yang ada di MTsN 3 Mojokerto. Cara madrasah menyalurkan informasi ke masyarakat yaitu melalui media sosial yang di posting secara serentak ke media sosial yang digunakan oleh madrasah. Selain melalui media sosial, MTsN Mojokerto

⁵¹ Wawancara dengan Ibu Sujilah, Waka Humas MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 18 April 2021

juga menggunakan cara media cetak berupa brosur, pamflet dan baliho untuk mengenalkan madrasahnyanya.

Dari beberapa perencanaan yang telah dibuat oleh MTsN 3 Mojokerto untuk meningkatkan daya saing lembaga diharapkan dapat membentuk citra yang positif dan baik bagi madrasah sesuai dengan tujuan. Penyusunan perencanaan strategi ini dimaksudkan sebagai acuan dalam kedepannya agar tidak terjadi penyimpangan dari visi, misi, dan tujuan awal MTsN 3 Mojokerto. Dapat disimpulkan bahwa perencanaan strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah berdasarkan paparan data diatas ada tiga, yaitu: a) pembentukan TPM (Tim Pengembang Madrasah), b) pembentukan TPMM (Tim Penjamin Mutu Madrasah), dan c) rencana publikasi madrasah.

2. Implementasi rencana *strategi branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah di MTsN 3 Mojokerto

Implementasi merupakan realisasi dari perencanaan yang telah dibuat untuk mencapai sebuah tujuan. Tujuan dari rencana implementasi inilah yang akan menerapkan sebuah strategi. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi diketahui bahwa implementasi strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah di MTsN 3 Mojokerto adalah: a) membuat program unggulan madrasah, b) meningkatkan prestasi dan karakter siswa. adapun penjelasan implementasi

strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah adalah sebagai berikut:

a. Membuat program unggulan madrasah

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang ada bahwa program unggulan MTsN 3 Mojokerto yang berupa penambahan model kelas menjadi salah satu strategi *brand image* madrasah dan daya tarik bagi masyarakat. Hal tersebut dijelaskan oleh Bapak Abdul Salim selaku waka kesiswaan, sebagai berikut:

“MTsN 3 Mojokerto memiliki lima model kelas, yaitu kelas Reguler, Unggulan, Peminatan, Tahfidzul Qur'an, dan Orsi (Olahraga Prestasi).”⁵²

Strategi pembentukan model kelas yang ada di MTsN 3 Mojokerto dimaksudkan untuk menampung kebutuhan siswa sesuai dengan minat siswa itu sendiri selain itu juga madrasah berupaya dengan adanya program ini dapat menghasilkan SDM yang unggul setelah lulus dari MTsN 3 Mojokerto sehingga dapat mencetak lulusan yang berkualitas. hal ini di jelaskan oleh Ibu Sujilah selaku waka Humas, sebagai berikut:

“Di MTsN 3 Mojokerto ada beberapa kelas yang dibuat untuk menarik minat masyarakat atau siswa. karena siswa di MTsN SDM-nya agak rendah tetapi madrasah berupaya bagaimana dengan SDM yang rendah ini dapat menghasilkan lulusan yang baik. Adanya tambahan materi sains, matematika, dan bahasa inggris. Jam pulanginya juga berbeda dengan kelas reguler. Untuk tahun ini ada kelas Orsi. Karena biasanya prestasi tidak hanya bidang akademik tetapi juga non akademik. Dan salah satunya apabila ada siswa SD/ MI yang mempunyai bakat dan minat dalam bidang olahraga dan seni dapat kita tampung dalam kelas tersebut. Jadi hal ini dimaksudkan sebagai upaya madrasah agar

⁵² Wawancara dengan Bapak Salim, Waka Kesiswaan MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 18 April 2021

bisa menghasilkan SDM yang unggul setelah lulus dari madrasah ini.”⁵³

Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya program unggulan yang membentuk beberapa model kelas ini dibuat untuk menarik minat masyarakat dan upaya madrasah dalam membentuk lulusan yang baik sehingga dapat bersaing dengan lembaga lain. Untuk masuk dalam kelas unggulan atau prestasi akademik tersebut tentunya ada prosesnya sebagaimana yang di jelaskan oleh waka humas sebagai berikut:

“Proses seleksi kelas unggulan untuk kelas VII melalui data nilai yang telah di input kemudian dilakukan tes dalam tiga mata pelajaran yaitu Matematika, Ipa dan Bahasa Indonesia. Untuk kelas VIII seleksi melalui peringkat kelas, yaitu peringkat 1 dan 2. Untuk kelas IX, dari 32 anak di kelas unggulan akan di pertahankan 27 siswa, sisanya akan di kembalikan ke kelas reguler. Kemudian mengambil siswa dari kelas reguler yang mendapat peringkat 1. Basic dari kelas unggulan di madrasah yaitu pengembangan ilmu sains.”⁵⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kelas unggulan melalui seleksi dari kelas reguler. Sedangkan Kelas peminatan, Tahfidzul Qur'an, dan Orsi bagi siswa yang berminat masuk. Dengan adanya program unggulan ini menjadi salah satu ciri khas MTsN 3 Mojokerto yang tidak semua lembaga pendidikan mempunyai program tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk menarik masyarakat dan mampu meningkatkan daya saing madrasah.

⁵³ Wawancara dengan Ibu Sujilah, Waka Humas MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 18 April 2021

⁵⁴ Wawancara dengan Ibu Sujilah, Waka Humas MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 18 April 2021

b. Meningkatkan prestasi

Dalam upaya membentuk citra merek madrasah salah satu yang harus dilakukan adalah meningkatkan prestasi. jika prestasi madrasah baik, maka akan menimbulkan *image* yang baik juga bagi madrasah. dalam hal ini ada beberapa strategi madrasah yang digunakan untuk meningkatkan prestasi. seperti yang dijelaskan oleh Bapak Abdul Salim selaku Waka Kesiswaan, sebagai berikut:

“Untuk melakukan pembinaan dan pengembangan peserta didik berupa minat, bakat, kreatifitas, dan kemampuan peserta didik dapat dilakukan melalui kegiatan intrakulikuler dan ekstrakulikuler. yang intra kita masukkan di muatan-muatan tambahan misalnya tahfidzul Qur’an, Lcom, dan lain-lain yang di masukkan di KBM. sedangkan yang ekstra kita bina di kegiatan ekstrakulikuler yang dilaksanakan satu minggu sekali.”⁵⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti simpulkan bahwa strategi meningkatkan prestasi madrasah yaitu melalui pembinaan dan pengembangan peserta didik. Baik dalam bidang akademik maupun non akademik. Dalam bidang akademik bisa melalui strategi program unggulan yang berupa beberapa model kelas seperti yang sudah dijelaskan. Kelas-kelas tersebut dapat membina peserta didik yang memiliki potensi lebih tinggi dan bisa dikembangkan dalam satu kelas tersebut. Selain itu juga bisa melalui muatan-muatan tambahan yang dimasukkan dalam KBM. Hal tersebut bisa meningkatkan prestasi akademik siswa.

⁵⁵ Wawancara dengan Bapak Salim, Waka Kesiswaan MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 18 April 2021

Sedangkan dalam bidang non akademik bisa dikembangkan melalui program ekstrakurikuler. di MTsN 3 Mojokerto terdapat 16 ekstrakurikuler yaitu:

- Ekstra akademis seperti bimbingan belajar IPA terpadu dan bimbingan belajar IPS terpadu.
- Ekstra non akademis seperti bola voli, futsal, sholawat al-banjari, drumband, qiro'ah, paskibra, karate, olah vokal, PMR, pramuka, kursus komputer, jurnalistik majalah, tenis meja, dan seni teater.

Dalam pengembangan organisasi ekstrakurikuler dan intrakurikuler, terdapat pembina organisasi untuk mengkoordinir organisasi agar berjalan dengan baik. Berdasarkan observasi peneliti, MTsN 3 Mojokerto juga banyak mengantongi berbagai prestasi. Berikut daftar prestasi MTsN 3 Mojokerto selama 2 tahun terakhir.⁵⁶

Tabel 4.5 Daftar prestasi MTsN 3 Mojokerto 2020-2021

NO	JENIS PRESTASI	NAMA	JENIS PERLO MBAAN	KET	WAKTU
1 2 3 4 5	Juara 1 Jingle Yel-Yel Juara 2 LKBB Juara 3 Poster Putri Juara 2 Regu Putra Juara Umum 3	Tim Pramuka MTsN 3 Mojokerto Anggi Septiani Wuko Marosa	Kejuaraan Arya Tingkat Provinsi Jawa Timur Praga SMAN 1 Sidoarjo tahun	Antar Gudep Se- Prov. Jawa Timur	Tgl 6 - 7 Februari 2020

⁵⁶ Observasi Peneliti tentang daftar prestasi MTsN 3 Mojokerto 2020-2021

			2020		
6	Juara 3 Taekwondo Tingkat Nasional	Kurnia Mega	Kejuaraan Nasional Palagan Champion ships di tahun 2020	Antar pelajar se- Indone sia di Semar ang Jawa Tenga h	Tgl 8 - 9 Februari 2020
7	Juara 1 Kumite 45 Kg Putra Karate Kushin Ryu	Hamdan Nur Sedqi	Kejuaraan Cabang Karate Kushin Ryu Karate-Do Tingkat Kabupate n tahun 2020	Tingk at Kabup aten Mojok erto	Tgl 15 -16 Februari 2020
8	Juara 1 Kumite 50 Kg Putri Karate Kushin Ryu	Putri Sania Twin			
9	Juara 1 Kumite 52 Kg Putra Karate Kushin Ryu	Putra			
10	Juara 2 Kumite 52 Kg Putra Karate Kushin Ryu	Putra			
11	Juara 3 Kumite 45 Kg Putra Karate Kushin Ryu	Rendy Putra Seiawan			
12	Juara 3 Kumite 52 Kg Putra Karate Kushin Ryu	Putra Maskur Halimi M. Rozak Dimas Al Akbat Adi Prastyo			

13	Juara 1 Presentasi Mading	Tim Mading MTs N 3 Mojokerto	Lomba Presentasi Mading dan Cipta Baca Puisi Tingkat Provinsi Jawa Timur	Antar Pelajar SMP/ MTs Se Jawa Timur tahun 2020	07 Maret 2020
14	Juara Harapan 1 Lomba Cipta Baca Puisi	Amiel Dwi Puspita Sari	Lomba Presentasi Mading dan Cipta Baca Puisi Tingkat Provinsi Jawa Timur	Antar Pelajar SMP/ MTs Se Jawa Timur di MAN 2 Mojokerto tahun 2020	07 Maret 2020
15	Juara 1 SMS Putra	Tim Gudep MTsN 3 Mjk	Lomba Galang Gemilang Garda Majapahit MAN 2 Mojokerto Tingkat Provinsi Jawa Timur	Antar Pelajar SMP/ MTs Se Jawa Timur di MAN 2 Mojokerto tahun 2020	07 Maret 2020
16	Juara 1 SMPutriS				
17	Juara 1 Kolonel Tongkat Putra				
18	Juara 1 Pionnering Putra				
19	Juara 1 Pioneering Putri				
20	Juara Umum				

21	Juara 1 Cerdas Cermat putri		Scampy VI 2021	SMK N 2 Buduran Sidoarjo	
22	Juara 1 lomba yel-yel dan Simaphore dance			SMA N 2 Kota Mojokerto	

Dengan dibuktikannya tabel diatas dapat peneliti simpulkan bahwa MTsN 3 Mojokerto dapat meningkatkan prestasi yang baik dan mampu bersaing dengan lembaga lainnya.

c. Membentuk karakter siswa

Membentuk karakter siswa juga penting dilakukan untuk menciptakan *image* madrasah yang positif. Salah satunya yang dilakukan oleh madrasah yaitu seperti yang dijelaskan oleh Bapak Abdul Salim selaku waka kesiswaan, sebagai berikut:

“Penanaman nilai-nilai di madrasah yang dapat mempengaruhi karakter siswa sehingga dapat membentuk citra merek madrasah yaitu melalui kegiatan keagamaan dan sosial. Kegiatan keagamaan misalnya istighosah, peringatan hari besar, dan sholat jama’ah. Sedangkan kegiatan sosial berupa bakti sosial, dan setiap ada keluarga yang kesusahan melakukan do’a bersama dan tiap perwakilan kelas melakukan kunjungan.”⁵⁷

Hal ini diungkapkan juga oleh Bapak Sulton selaku Waka kurikulum. Beliau menjelaskan bahwa:

⁵⁷ Wawancara dengan Bapak Salim, Waka Kesiswaan MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 18 April 2021

“salah satu penanaman nilai-nilai di madrasah yang dapat mempengaruhi karakter siswa yaitu pembiasaan sikap jujur, jauh dari narkoba, jauh dari kriminal. Kita ingin menanamkan ke anak-anak bahwa ketika mengerjakan soal dikerjakan berbasis proses. Misal nilainya tidak maksimal tetapi hasil kerjanya sendiri. Ini merupakan modal awal untuk membentuk sebuah karakter siswa yang positif.”⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara diatas terdapat beberapa strategi dalam membentuk karakter siswa melalui pembinaan-pembinaan keagamaan dan sosial serta pembiasaan sikap jujur. Selain melalui kegiatan tersebut MTsN 3 Mojokerto juga meningkatkan kedisiplinan. Seperti adanya tata tertib madrasah untuk pembinaan disiplin siswa dan terdapat point bagi siswa yang melanggar. Setiap siswa memegang buku kendali ketertiban siswa. Apabila tingkah laku dan karakter siswa MTsN 3 Mojokerto baik, maka akan dipandang baik pula madrasahnyanya oleh masyarakat. Masyarakat akan percaya kepada madrasah untuk menyekolahkan putra putri mereka ke madrasah. Hal ini juga sesuai dengan visi MTsN 3 Mojokerto “Luhur dalam Pekerti”.

Dapat disimpulkan bahwa implementasi strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah berdasarkan paparan data diatas ada tiga, yaitu: a) penerapan program unggulan, b) peningkatan prestasi, dan c) membentuk karakter siswa.

⁵⁸ Wawancara dengan Bapak Sulton, Waka Kurikulum MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 26 April 2021

3. Hasil strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah di MTsN 3 Mojokerto

Hasil merupakan bagian akhir dari sebuah perencanaan. Hasil didapatkan karena adanya implementasi atau penerapan yang dilakukan melalui sebuah strategi. Apabila strategi yang dilaksanakan berjalan dengan baik, maka akan menghasilkan hasil yang baik pula. Berdasarkan data observasi, wawancara, dan dokumentasi hasil dari strategi yang diimplementasikan di MTsN 3 Mojokerto adalah sebagai berikut:

a. Memberikan identitas bagi madrasah

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dapat diketahui bahwa *branding image* merupakan hal yang penting bagi madrasah. *Brand image* merupakan pandangan masyarakat atau publik kepada madrasah. Dengan membangun citra merek madrasah akan memberi identitas untuk madrasah itu sendiri. Seperti yang dijelaskan oleh bapak Hasan selaku Tim Pengembang Mutu madrasah:

“Membentuk citra merek madrasah merupakan hal yang penting. Hal itu dapat memberikan nama bagi madrasah. Melalui *branding image* akan memberikan identitas bagi madrasah sehingga masyarakat memberikan nilai positif pada madrasah.”⁵⁹

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi *brand image* sangat penting untuk memberikan ciri khas tersendiri bagi madrasah. Madrasah akan mendapat banyak nilai

⁵⁹ Wawancara dengan Bapak Hasan, Ketua TPM MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 18 April 2021

positif dari masyarakat. Melalui pengenalan dan publikasi identitas tersebut, madrasah akan mengumumkan keberadaanya dan akan lebih dikenal oleh publik.

b. Meningkatnya Jumlah Calon Peserta Didik Baru

Strategi membentuk citra madrasah sangat penting bagi madrasah salah satunya untuk meningkatkan jumlah peminat. Dengan adanya strategi yang baik maka akan timbul adanya ciri khas tersendiri untuk madrasah sehingga masyarakat tertarik dan berminat untuk mendaftarkan putra-putrinya ke MTsN 3 Mojokerto. Sebagaimana dijelaskan oleh Waka Humas MTsN 3 Mojokerto berikut

“Brand image bagi madrasah sangat penting. Jika image madrasah baik, yang kita dapat nanti peminatnya semakin banyak. Jika image kita sudah jelek maka masyarakat mau masuk MTsN 3 Mojokerto akan mikir dua kali.”⁶⁰

Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh *branding image* bagi madrasah sangat penting untuk membuat masyarakat agar tetap percaya kepada madrasah dan dapat meningkatkan jumlah pendaftar. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi diketahui bahwa jumlah pendaftar di MTsN Mojokerto kian meningkat tiap tahunnya. Hal ini dijelaskan oleh Bapak Salim selaku Waka Kesiswaan berikut:

“Perkembangan siswa dari tahun ke tahun alhamdulillah meningkat hanya saja memang dibatasi hanya 8 kelas.”⁶¹

⁶⁰ Wawancara dengan Ibu Sujilah, Waka Humas MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 18 April 2021

⁶¹ Wawancara dengan Bapak Salim, Waka Kesiswaan MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 18 April 2021

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan dari tahun ke tahun pendaftar mengalami kenaikan hanya saja dibatasi sesuai jumlah kelasnya. Perbandingan antara jumlah pendaftar dan peserta yang diterima cukup bisa dikatakan mengalami kenaikan. Dapat disimpulkan bahwa strategi membangun citra merek madrasah dapat menghasilkan peningkatan jumlah pendaftar. Kemudian untuk meningkatkan jumlah pendaftar maka diperlukan beberapa langkah yang dilakukan oleh madrasah. Hal ini diungkapkan oleh waka kesiswaan bahwa:

“Upaya untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru setiap tahunnya yaitu pertama intensif untuk berkomunikasi menjalin silaturahmi dengan SD/ MI di sekitar madrasah mengenai PPDB dan lain-lain. Selain itu juga melalui publikasi madrasah.”⁶²

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa upaya yang dilakukan oleh madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru MTsN 3 Mojokerto dengan menjalin silaturahmi dan kerjasama dengan beberapa SD/ MI sekitar baik negeri ataupun swasta.

c. Menciptakan Lulusan yang Berkualitas

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan komponen penting dalam sebuah lembaga pendidikan. SDM sangat penting dikembangkan agar dapat menghasilkan lulusan yang unggul dan berkualitas. Dengan adanya strategi *branding image* yang diterapkan madrasah maka diharapkan dapat menciptakan lulusan

⁶² Wawancara dengan Bapak Salim, Waka Kesiswaan MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 18 April 2021

yang baik. Maka dari itu *branding image* sangat penting dilakukan dan dapat mempengaruhi kualitas lulusan sebagaimana yang dijelaskan oleh waka kesiswaan sebagai berikut:

“Citra madrasah jelas dapat mempengaruhi kualitas lulusan. Jika citra madrasah baik, input yang didapat waktu PPDB juga baik. Sehingga kita punya modal yang cukup untuk pembinaan selanjutnya.”⁶³

Dapat disimpulkan bahwa strategi branding image dapat mempengaruhi kualitas lulusan. Kualitas lulusan akan menjadi salah satu pandangan dan pertimbangan masyarakat terhadap madrasah. Jika kualitas lulusannya baik maka citra madrasah akan baik pula di mata masyarakat. Kualitas lulusan MTsN 3 Mojokerto dapat dibilang cukup baik. Hal ini dijelaskan oleh waka kesiswaan sebagai berikut:

“Kualitas lulusannya alhamdulillah cukup baik. Bisa dilihat anak-anak banyak yang diterima di sekolah-sekolah favorit di wilayah Mojokerto dan pengaruhnya positif bagi madrasah.”⁶⁴

Pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa banyak siswa-siwi MTsN 3 Mojokerto yang diterima di sekolahan yang favorit di wilayah Mojokerto. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya bukti daftar sekolah lanjutan siswa MTsN 3 Mojokerto sebagai berikut:

⁶³ Wawancara dengan Bapak Salim, Waka Kesiswaan MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 18 April 2021

⁶⁴ *ibid*

Gambar 4.2 Daftar Sekolah Lanjutan Siswa

Ini menandakan bahwa kualitas lulusannya baik dan berkualitas sehingga dapat berpengaruh baik madrasah. Untuk menjalin hubungan antara alumni dan madrasah. Hal ini didukung oleh hasil observasi peneliti tentang adanya data diterimanya siswa-siswi di beberapa sekolahan favorit di wilayah Mojokerto. Langkah yang dilakukan oleh MTsN 3 Mojokerto yaitu sebagaimana yang dijelaskan oleh waka kesiswaan sebagai berikut:

“Untuk melakukan pelacakan terhadap alumni, kami lakukan melalui pendataan alumni madrasah yang diterima disekolahan tingkat menengah atas baik negeri maupun swasta. Selain itu juga dilakukan melalui adanya grup alumni.”⁶⁵

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa untuk menjalin hubungan antara alumni dan madrasah, MTsN 3 Mojokerto menggunakan media sosial berupa whatsapp grup dan membentuk koordinator di setiap angkatan dan juga melalui pendataan. Dapat disimpulkan bahwa hasil strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah berdasarkan paparan

⁶⁵Wawancara dengan Bapak Salim, Waka Kesiswaan MTsN 3 Mojokerto, Tanggal 18 April 2021

data diatas ada tiga, yaitu: a) memberi identitas bagi madrasah, b) meningkatkan jumlah calon peserta didik baru, dan c) kualitas lulusan.

C. Temuan Penelitian

1. Perencanaan Strategi Branding Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MTsN 3 Mojokerto

Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, perencanaan yang ada pada strategi branding image yang dilakukan oleh MTsN 3 Mojokerto yaitu:

- a) Membentuk TPM (Tim Pengembang Madrasah) yang terdiri dari 11 anggota (3 anggota inti dan 8 anggota yang mewakili beberapa standar pendidikan).
- b) Membentuk TPMM (Tim Penjamin Mutu Madrasah)
- c) Rencana publikasi madrasah yang dilakukan secara online maupun offline.

2. Implementasi rencana *strategi branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah di MTsN 3 Mojokerto

Implementasi dari perencanaan strategi pemasaran diatas yaitu sebagai berikut:

- a) Penerapan program unggulan yang berupa beberapa model kelas seperti Kelas Perstasi Akademik, Kelas Peminatan, Kelas Tahfidzul Qur'an, dan Kelas Olahraga Prestasi.

- b) Peningkatan prestasi baik dalam bidang akademik maupun non akademik melalui kegiatan intrakurikuler dan ekstrakurikuler.
- c) Membentuk karakter siswa yang baik sehingga dengan melihat karakter siswa yang baik maka munculah citra merek yang baik pula dimata masyarakat.

3. Hasil strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah di MTsN 3 Mojokerto

Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, hasil yang dari penerapan atau implementasi yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

- a) Memberi identitas bagi madrasah. Citra merek yang baik akan memberikan nama yang baik pula bagi madrasah sehingga dapat membentuk identitas dan ciri khas tersendiri bagi madrasah.
- b) Meningkatkan jumlah calon peserta didik baru. Jumlah pendaftar tiap tahunnya mengalami kenaikan hanya saja dibatasi untuk 8 kelas. Perbandingan antara jumlah pendaftar dan peserta yang diterima cukup bisa dikatakan mengalami kenaikan.
- c) Kualitas lulusan. Kualitas lulusan akan menjadi salah satu pandangan dan pertimbangan masyarakat terhadap madrasah. Jika kualitas lulusannya baik maka citra

madrasah akan baik pula di mata masyarakat. Lulusan MTsN 3 Mojokerto banyak diterima di sekolah-sekolah favorit baik negeri maupun swasta.

BAB V

PEMBAHASAN

Pada saat ini, banyak lembaga pendidikan yang bermunculan dan akhirnya menjadi persaingan yang ketat.⁶⁶ Sekolah bersaing untuk mendapatkan siswa sebanyak-banyaknya tanpa melupakan mutu pendidikannya. Abidin menekankan, keunggulan bersaing dalam pandangan islam adalah yang bersifat hakiki yaitu yang mampu membawa manusia memasuki surga yang disediakan Allah. Untuk mendapatkan keunggulan yang hakiki, Islam mengajarkan untuk menempatkan pesaing sebagai mitra ketimbangan sebagai musuh yang harus diperangnya, diangkat kejelekannya dan dihalangi langkah-langkahnya. Seperti firman Allah dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيًا ۖ فَاسْتَغِيبُوا الْخَيْبَتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”⁶⁷.

Dari ayat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa dalam meningkatkan daya saing harus berdasarkan asas kejujuran, menjauhi kecurangan, tidak

⁶⁶ Much. Djunaidi, Ahmad Kholid Alghofari, Dwi Aprianti Rahayu, *Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Lembaga Bimbingan Belajar dengan Quality Function Deployment (QFD)*, (Surakarta: Jurnal Ilmiah Teknik Industri Vol 5 Nomor 2, 2006)

⁶⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2011)

menghalalkan segala cara dalam menetapkan strategi persaingan dan tidak menjelekkkan kompotitor.⁶⁸

Oleh karena itu untuk meningkatkan daya saing dalam lembaga pendidikan, maka dibutuhkan *branding image* sebagai salah satu bentuk strategi untuk membangun kepercayaan masyarakat. Dengan lembaga membangun *branding image* diharapkan lembaga pendidikan dapat semakin kuat mempengaruhi calon siswa dan dapat meningkatkan daya saing lembaga tersebut.

Levy mengemukakan bahwa, “Citra merupakan interprestasi, seperangkat pengetahuan dan rekreasi-rekreasi, hal tersebut merupakan simbol karena dalam hal tersebut bukan merupakan objek itu sendiri tetapi merujuk kepada objek tersebut. Selanjutnya kenyataan fisik produk, brand dan organisasi, citra termasuk makna, kepercayaan, sikap dan perasaan-perasaan terhadap sesuatu.”⁶⁹ Sedangkan menurut Yulianita, citra yang baik ketika sebuah lembaga mampu menciptakan *public understanding* (pengertian publik), memiliki *public confidence* (adanya kepercayaan), memiliki *public support* (adanya unsur dukungan dari publik), memiliki *corporation* (adanya kerjasama dari publik).⁷⁰

Branding Image yang dimiliki lembaga pendidikan berbeda-beda. Semakin baik *brand imagenya*, maka akan mempermudah pihak lembaga pendidikan mendapatkan pelanggan dan perhatian dari masyarakat. Oleh karena itu, manajemen pendidikan sangat penting, karena melihat perkembangan dan

⁶⁸ Kertajaya, Hermawan dan Sula, Syakir M, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT Mizan Pustaka Cet II, 2006), Hlm. 16.

⁶⁹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2007), Hlm. 375

⁷⁰ Yulianita, Neny, *Dasar-dasar Public Relation*, (Pusat Penerbitan Universitas Bandung, 2005), Hlm. 47

pertumbuhan pendidikan ditentukan oleh kecakapan pengelolaan lembaga pendidikan.⁷¹ Hal ini menjadi tugas bagi Kepala Madrasah serta *Public Relation* khususnya untuk melakukan pemasaran lembaga pendidikan agar mendapatkan citra yang diharapkan oleh masyarakat. *Brand Image* dapat dibangun melalui seringnya lembaga mengadakan berbagai macam *event* yang berhubungan dengan pihak luar lembaga, serta membuat banner yang berisi tentang prestasi siswanya⁷², dengan hal tersebut akan menarik minat masyarakat. Dengan demikian Madrasah akan memiliki *Image* yang baik dan mampu bersaing dengan sekolah unggul lainnya.

Strategi *branding image* madrasah merupakan upaya untuk membangun citra merek suatu lembaga. Pengelolaan *branding image* ini dilakukan dengan upaya serta langkah positif guna meningkatkan kualitas dari madrasah itu sendiri. Jadi perlu adanya sebuah strategi untuk membangun citra merek madrasah. Semakin baik dan matang strategi yang digunakan maka semakin baik pula hasil dari strategi tersebut dan madrasah akan berkembang memiliki sebuah identitas dan citra yang baik dikalangan masyarakat. Brand image sendiri merupakan pandangan atau gambaran masyarakat terhadap madrasah. Sesuai hasil temuan peneliti terkait strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah, peneliti melakukan analisis hasil dengan dasar kajian teori dan fakta yang terdapat dilapangan baik berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun pembahasan dalam hal ini dijelaskan sebagai berikut:

⁷¹ Yoyon Bahtiar, *Pemasaran Pendidikan*, (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia Modul 5, 2010), Hlm. 203.

⁷² Rofiul, *Sekolah dan Marketing*, <http://rofiul.blogdetik.com>, diakses pada tanggal 12 Oktober 2020 pukul 23.35 WIB.

A. Perencanaan Strategi *Branding Image* dalam Meningkatkan Daya

Saing Mdrasah di MTsN 3 Mojokerto

Suatu kegiatan terlebih dahulu menentukan apa yang akan dikerjakan, bagaimana cara mengerjakan, apa yang harus dikerjakan dan siapa yang harus mengerjakan merupakan perencanaan. Perencanaan atau planning merupakan salah satu fungsi dari serangkaian aktivitas manajemen dalam mencapai suatu tujuan. Diakutkan dengan masalah pola bidang pendidikan, konsep perencanaan strategik dapat diimplementasikan dalam perencanaan pendidikan. Dengan perencanaan strategik ada kecenderungan diperoleh suatu perumusan program yang lebih operasional. Berbagai faktor baik internal maupun eksternal yang dapat berpengaruh perlu diperhitungkan dalam proses perencanaan ini.⁷³ Dalam sebuah lembaga pendidikan perencanaan sangat penting karena perencanaan tersebut kedepannya akan berperan vital dalam gerak langkah lembaga tersebut kedepannya.

Itulah sebabnya diperlukan adanya penerapan pendekatan sistem kedalam perencanaan pendidikan yang strategi bertujuan untuk mencari bentuk dan isentitas pada masa yang akan datang dengan mempertimbangkan berbagai hubungan yang kompleks dalam suatu sistem.

Menurut Billy E Goatz, Planning merupakan pemilihan yang fundamental dan persoalan planning timbul ketika terdapat alternatif-

⁷³ Nanang Fattah, *Landasan Manajemen Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004) hal 59

alternatif.⁷⁴ Dapat disimpulkan bahwa sebuah perencanaan merupakan langkah yang sangat penting dan timbul dari beberapa alternatif yang berupa strategi-strategi yang dijalankan untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai. Seperti halnya yang dilakukan oleh madrasah ini, untuk meningkatkan daya saing lembaga ada beberapa perencanaan strategi yang digunakan. Dalam temuan ini peneliti menemukan ada 3 perencanaan, meliputi: a) Membentuk TPM (Tim Pengembang Madrasah), b) membentuk TPMM (Tim Penjamin Mutu Madrasah), c) perencanaan publikasi madrasah.

Perencanaan strategi *branding image* di madrasah ini salah satunya yaitu membuat program unggulan madrasah. Madrasah membuat program unggulan ini untuk memenuhi kebutuhan siswanya agar mendapatkan pembelajaran yang berkualitas sesuai dengan keinginannya. Lembaga pendidikan juga harus memberikan informasi mengenai program yang akan dilaksanakan dalam kegiatan belajar, tentunya dengan tujuan agar masyarakat dapat memberikan kepercayaan kepada lembaga tersebut. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus terus berusaha menjadikan lembaga yang paling unggul untuk meningkatkan daya tarik masyarakat.⁷⁵ setiap orang tua sudah seharusnya mencari sekolah yang terbaik bagi anaknya. Standart Nasional Pendidikan menurut peraturan pemerintah nomor 19 tahun 2005 merupakan kriteria minimal tentang sistem pendidikan di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, meliputi: standar kompetensi kelulusan, standar isi, standar proses, standar

⁷⁴ Sukarna. *Dasar-dasar Manajemen*. (Bandung: Mandar Maju. 2011) Hlm. 10

⁷⁵ Dedi Mulyasa, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2013), Hlm. 186.

pendidik dan tenaga kependidikan, standar sarana dan prasarana, standar pengelolaan, standar pembiayaan, dan standar penilaian.⁷⁶

Salah satu ciri khas di madrasah ini yaitu adanya program unggulan yang berupa penambahan kelas prestasi akademik, kelas peminatan, kelas Tahfidzul Qur'an, dan yang terbaru adalah kelas Olahraga Prestasi. Proses perencanaan membuat program ini berjalan dengan baik sesuai tahapan perencanaan yang disusun dengan acuan program kerja tahunan dari kepala madrasah.

Dalam proses perencanaan hendaknya madrasah melakukan musyawarah dan mufakat untuk mendapatkan keputusan yang baik kemudian melakukan keputusan tersebut dengan sebaik mungkin sesuai rencana yang telah ditetapkan. Perencanaan strategi menjadi semakin penting karena madrasah menyadari bahwa perumusan tujuan dan strategi yang baik akan menjadi pedoman dalam pencapaian tujuan. Selain itu jika memiliki perencanaan yang strategis yang jelas akan membentuk sebuah program yang dapat mendukung madrasah.

Yang kedua yaitu membentuk Tim Penjamin Mutu Madrasah (TPMM) dan TPM (Tim Pengembang Madrasah). TPMM (Tim Pengembang Mutu Madrasah) untuk membantu meningkatkan prestasi siswa baik dalam bidang akademik maupun non akademik sedangkan TPM (Tim Pengembang Madrasah) Tim ini dibentuk untuk membuat program-program pada madrasah selain itu juga untuk menganggarkan biaya ketika ada kegiatan. Ada 11 orang anggota TPM. 3 anggota inti dan

⁷⁶ Ibid, Hlm. 186.

8 yang mewakili beberapa standar yaitu standar isi, standar proses, standar penilaian, kompetensi lulusan, standar pendidik dan tenaga kependidikan, standar pengelolaan, standar pembiayaan, dan standar sarana dan prasarana.

Adanya kerjasama tim akan membantu madrasah lebih mudah untuk merumuskan suatu program-program atau ide. Seperti halnya yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Maidah ayat : 2⁷⁷

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran”

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial. Oeh karena itu manusia harus bekerja sama dengan orang lain dalam hal kebaikan. Seperti contohnya adanya pembentukan tim yang dibentuk untuk membantu madrasah mencapai tujuannya.

Ketiga yakni rencana publikasi madrasah. publikasi madrasah dilakukan oleh humas madrasah yang tujuannya ialah untuk mengenalkan madrasah kepada masyarakat. *Public relation* dapat dikatakan sebagai jembatan dalam sekolah untuk menciptakan hubungan (relasi) dengan siapa saja yang memberikan timbal balik serta untuk memajukan lembaga. Hubungan sekolah dengan masyarakat pada hakikatnya merupakan suatu

⁷⁷ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2011)

sarana yang sangat berperan dalam membina dan mengembangkan pertumbuhan pribadi peserta didik sekolah.⁷⁸

Proses perencanaan yang dilakukan oleh humas yaitu dengan mempublikasikan semua kegiatan dan informasi madrasah kepada masyarakat melalui media sosial maupun secara langsung atau offline. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat dapat melihat dan dan mempunyai pandangan terhadap madrasah.

Keller menjelaskan bahwa memori konsumen merupakan fungsi dari sekumpulan jaringan berbagai asosiasi yang berkaitan dengan merek dan menegaskan tentang kebutuhan untuk mempertimbangkan asosiasi merek dalam hubungannya dengan kemampuan konsumen memberikan pengaruh dan evaluasi merek. Dalam pencitraan merek, sikap konsumen yang ditunjukkan oleh persepsi, evaluasi, sampai ke tindakan pembelian terhadap suatu merek. Hal ini bisa di tentukan oleh faktor pembentuk citra merek, antara lain:

a. Pengalaman

Pengalaman konsumen terhadap merek akan mempengaruhi image konsumen terhadap merek tersebut. Konsumen telah disuguhi beberapa pengenalan merek dari produk dan jasa, ada yang memuaskan dan ada yang tidak memuaskan. Pengalaman tersebut akan tersimpan di dalam kepribadian konsumen dan membentuk sebagai citra merek dan citra tersebut relatif sering

⁷⁸ E. Mulyasa. *Manajemen Berbasis Sekolah (Konsep, Strategi dan Implementasi)*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2003), 50.

berubah sejalan dengan ekspektasi dan komunikasi konsumen yang terus menerus berkembang.⁷⁹

d. Pengaruh Sosial dan Kelompok Referensi

Beberapa merek yang telah digunakan oleh kelompok di sekitar konsumen masih menjadi favorit bagi konsumen untuk menentukan sikap selanjutnya. Selain itu, merek juga dapat menjadi simbol relasi sosial sehingga pencitraan merek yang mendorong terbangunnya loyalitas sangat dipengaruhi oleh kelompok yang diidentifikasinya.⁸⁰ jadi dalam hal ini sosial dan kelompok referensi juga dapat mempengaruhi citra merek seseorang dan akan mendorong sikap masyarakat dalam menentukan keputusan saat ingin memilih produk atau jasa.

e. Pengaruh Efek Komunikasi Pemasaran

Ahli pemasaran (marketers) merupakan pembangun dan pengelola citra dari suatu merek. Melalui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan secara terintegrasi dengan mengembangkan unsur-unsur bauran pemasaran seperti harga, produk atau jasa yang ditawarkan, pola pendistribusiannya, dan promosi.⁸¹

Hal ini merupakan langkah tepat untuk mengenalkan lembaga pendidikan kepada masyarakat sekitar. Dengan adanya bauran pemasaran, lembaga pendidikan bisa mengembangkan eksistensinya sesuai dengan apa

⁷⁹ Ismail, Muhammad “Strategi Pemasaran untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek”, (Bogor: Percetakan IPB, 2013), Hlm 65

⁸⁰ Ibid, hlm 66

⁸¹ Ibid, Hlm 66

yang dibutuhkan oleh masyarakat pada saat ini dengan pengenalan lembaga pendidikan secara kontinu. Dengan demikian komunikasi pemasaran lembaga yang dibangun oleh pihak lembaga akan mendorong masyarakat sekitar untuk loyal terhadap merek lembaga tersebut.⁸²

Stoner, Freeman, dan Gilbert menambahkan strategi pada tingkat fungsional. Contoh iklan yang berganti-ganti pada produk shampo (yang seolah-olah saling membalas satu sama lain) menunjukkan strategi pada tingkat ini, dimana kedua perusahaan melakukan strategi pada bagian pemasarannya, khususnya ditingkat periklanan. Seperti yang dilakukan oleh madrasah dengan mempublikasikan lembaganya kepada masyarakat.

Publikasi madrasah mempunyai fungsi layaknya marketing madrasah. pengelola madrasah perlu terus mempublikasikan madrasah melalui media seperti spanduk, mading, brosur, baliho, pamflet, kalender, surat kabar, radio, jejaring sosial (fb, twitter) dan lain sebagainya. Kegiatan publikasi madrasah juga bisa dilakukan dengan mengadakan kegiatan yang melibatkan masyarakat secara langsung dengan berbagai bentuk seperti jalan sehat, penyembelihan hewan qurban, bersih-bersih masjid, makam, keikutsertaan dalam mengurus jenazah masyarakat, dan lain sebagainya.⁸³

Publikasi setidaknya menyangkut dua konten yaitu tentang prestasi madrasah dan penerimaan siswa baru. Apapun prestasi madrasah baik

⁸² Ismail, Muhammad, *Strategi Pemasaran untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek*, (Bogor: Percetakan IPB, 2013), Hlm 65

⁸³ Aji Sofanudin, *Minat Masyarakat Terhadap Model Pendidikan Madrasah di Magelang dan Demak*, Edukasi Volume 10, Nomor 3, 2012

akademik maupun non akademik. publikasi madrasah juga menyangkut penerimaan siswa baru. Pihak madrasah perlu melakukan strategi penerimaan siswa baru yang efektif. Dengan berbagai cara. Bisa juga mempertimbangkan penerimaan siswa baru yang lebih awal dan lebih lama. Pihak madrasah harus melakukan sosialisasi intensif ke TK/ RA/ BA (Jika MI) atau MI/ SD (jika MTs). Selain itu, pendekatan silaturahmi kepada tokoh masyarakat dan tokoh agama dimana madrasah itu berada sangat penting dilakukan.

Hal ini merupakan langkah tepat untuk mengenalkan lembaga pendidikan kepada masyarakat sekitar. Dengan adanya bauran pemasaran, lembaga pendidikan bisa mengembangkan eksistensinya sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat pada saat ini dengan pengenalan lembaga pendidikan secara kontinu. Dengan demikian komunikasi pemasaran lembaga yang dibangun oleh pihak lembaga akan mendorong masyarakat sekitar untuk loyal terhadap merek lembaga tersebut.

Dari ketiga perencanaan yang dilakukan madrasah diharapkan dapat diimplementasikan dengan baik sehingga dapat mencapai tujuan madrasah.

B. Implementasi Strategi *Branding Image* dalam Meningkatkan Daya

Saing Mdrasah di MTsN 3 Mojokerto

Implementasi merupakan realisasi dari perencanaan yang telah dibuat untuk mencapai sebuah tujuan. Berdasarkan hasil observasi,

wawancara, dan dokumentasi diketahui bahwa implementasi strategi branding image dalam meningkatkan daya saing madrasah adalah: a) membuat program unggulan madrasah, b) meningkatkan prestasi, dan c) membentuk karakter siswa.

Pertama, madrasah membuat program unggulan berupa penambahan model kelas yang menjadi salah satu strategi *brand image* madrasah dan daya tarik bagi masyarakat. Program unggulan ini juga dimaksudkan untuk menampung kebutuhan siswa sesuai dengan minat siswa itu sendiri.

Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Dedi Mulyasa dalam bukunya bahwa salah satu pola dalam strategi bersaing yaitu Strategi memperbanyak konsumen, dengan cara penyediaan program atau jurusan yang dibutuhkan oleh pasar dan menyediakan hal baru.⁸⁴ Madrasah dituntut untuk terus berinovasi, menciptakan suatu hal yang baru menciptakan nilai yang tidak mudah ditiru agar tetap menumbuhkan loyalitas dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan.

Sementara Aaker menjelaskan bahwa merek (*brand*) merupakan nama atau simbol (seperti logo, merek dagang, atau desain kemasan) atau kombinasinya yang mengidentifikasikan suatu barang atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Identifikasi tersebut bertujuan untuk membedakannya dengan produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. merek merupakan petunjuk bagi konsumen akan sumber dari produk dan melindungi konsumen dan produser dari pesaing

⁸⁴ Dedi Mulyasa, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*, (Bandung: Pustaka Rosdakarya, 2011), hlm 221

yang mencoba menjiplak produk yang dihasilkan perusahaan.⁸⁵ Dengan adanya beberapa program unggulan yang diterapkan oleh madrasah tersebut, maka diharapkan dapat menjadi *brand* tersendiri yang dapat menjadi daya jual bagi madrasah kepada masyarakat.

Kedua yaitu meningkatkan prestasi madrasah baik dalam bidang akademik maupun non akademik. Jika prestasi madrasah baik, maka akan menimbulkan *image* yang baik juga bagi madrasah. dalam hal ini ada beberapa strategi madrasah yang digunakan untuk meningkatkan prestasi yaitu melalui pembinaan dan pengembangan peserta didik. Baik dalam bidang akademik maupun non akademik yaitu melalui kegiatan intrakurikuler dan ekstrakurikuler.

Prestasi adalah kunci apapun aktivitas kita. Dalam dunia pendidikan prestasi tentu menyangkut tiga hal, yaitu: prestasi madrasah, prestasi guru, dan prestasi siswa. Madrasah yang diminati adalah madrasah yang berprestasi di berbagai bidang. Demikian juga gurunya harus berprestasi serta memiliki komitmen yang tinggi untuk memajukan madrasah. namun, untuk menarik minat terhadap madrasah yakni dengan meningkatkan prestasi siswa.⁸⁶

Kualitas pendidikan sangat berkaitan dalam membentuk peserta didik yang berkualitas. Dalam rangka meningkatkan kualitas suatu pendidikan, masalah yang harus mendapat perhatian adalah cara belajar siswanya. Adanya proses belajar nantinya akan memberikan gambaran perubahan

⁸⁵ Ismail, Muhammad, *Strategi Pemasaran untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek*, (Bogor: Percetakan IPB, 2013), Hlm 51

⁸⁶ Aji Sofanudin, *Minat Masyarakat Terhadap Model Pendidikan Madrasah di Magelang dan Demak*, Edukasi Volume 10, Nomor 3, 2012

pada peserta didik, baik berupa pengetahuan atau tingkah laku yang akan menjadi tolak ukur keberhasilan siswa dalam belajar yang disebut prestasi belajar. Prestasi belajar ini akan menjadi titik akhir dalam menentukan keberhasilan pendidikan dalam mendidik siswanya dengan kegiatan-kegiatan terencana dan terstandarisasi.⁸⁷

Ketiga yaitu membentuk karakter siswa. persoalan akhlak dalam pendidikan madrasah merupakan sesuatu yang sentral. Bahkan kehadiran Nabi Muhammad SAW ke muka bumi pada hakikatnya adalah untuk memperbaiki akhlak manusia. Sehingga masalah akhlak menjadi sentral dalam kegiatan di madrasah.⁸⁸

Dalam membentuk karakter siswa melalui pembinaan-pembinaan keagamaan dan sosial. Selain melalui kegiatan tersebut madrasah juga meningkatkan kedisiplinan serta penanaman nilai-nilai di madrasah yang dapat mempengaruhi karakter siswa yaitu pembiasaan sikap jujur, jauh dari narkoba, jauh dari kriminal. Seperti adanya tata tertib madrasah untuk pembinaan disiplin siswa dan terdapat point bagi siswa yang melanggar. Dalam membentuk karakter siswa juga penting dilakukan untuk menciptakan *image* madrasah yang positif dimasyarakat.

Dijelaskan dalam UU Merek Nomor 15 tahun 2001 pasal 1 ayat 1, *Brand* (merek) adalah tanda yang terdiri dari huruf, angka, gambar, nama, kata-kata, kombinasi atau susunan warna dimana unsur-unsur tersebut yang memiliki simbol pembeda dan di gunakan dalam kegiatan

⁸⁷ Moh. Zainal Rosyid, Mustajab, Aminol Rosid Abdullah, *Prestasi Belajar*, (Batu: Literasi Nusantara, 2019), hlm 5

⁸⁸ Aji Sofanudin, *Minat Masyarakat Terhadap Model Pendidikan Madrasah di Magelang dan Demak*, Edukasi Volume 10, Nomor 3, 2012

perindustrian barang atau jasa. Seperti halnya yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Fath Ayat 29:

مُحَمَّدٌ رَسُولُ اللَّهِ ۚ وَالَّذِينَ مَعَهُ أَشِدَّاءُ عَلَى الْكُفَّارِ رُحَمَاءُ بَيْنَهُمْ ۖ تَرَاهُمْ رُكَّعًا سُجَّدًا
يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنَ اللَّهِ وَرِضْوَانًا ۖ سِيمَاهُمْ فِي وُجُوهِهِمْ مِنْ أَثَرِ السُّجُودِ ۚ ذَلِكَ مَثَلُهُمْ فِي التَّوْرَةِ ۚ وَمَثَلُهُمْ
فِي الْإِنْجِيلِ كَزَرْعٍ أَخْرَجَ شَطْأَهُ فَآزَرَهُ فَاسْتَغْلَظَ فَاسْتَوَىٰ عَلَىٰ سُوقِهِ يُعْجِبُ الزُّرَّاعَ لِيَغِيظَ بِهِمُ الْكُفَّارَ ۚ
وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ مِنْهُمْ مَغْفِرَةً وَأَجْرًا عَظِيمًا

“Muhammad itu adalah utusan Allah dan orang-orang yang bersama dengan dia adalah keras terhadap orang-orang kafir, tetapi berkasih sayang sesama mereka. Kamu lihat mereka ruku' dan sujud mencari karunia Allah dan keridhaan-Nya, tanda-tanda mereka tampak pada muka mereka dari bekas sujud. Demikianlah sifat-sifat mereka dalam Taurat dan sifat-sifat mereka dalam Injil, yaitu seperti tanaman yang mengeluarkan tunasnya maka tunas itu menjadikan tanaman itu kuat lalu menjadi besarlah dia dan tegak lurus di atas pokoknya; tanaman itu menyenangkan hati penanam-penanamnya karena Allah hendak menjengkelkan hati orang-orang kafir (dengan kekuatan orang-orang mukmin). Allah menjanjikan kepada orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh di antara mereka ampunan dan pahala yang besar”.⁸⁹

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa Allah *membranding* umat islam untuk meninggikan nilai dan martabat dari umat lainnya. Personal branding yang baik adalah salah satu faktor yang menjadikan islam dapat diterima oleh umat manusia dari berbagai ras, suku, dan budaya diseluruh dunia. Seperti halnya yang dilakukan oleh madrasah ini yakni membentuk

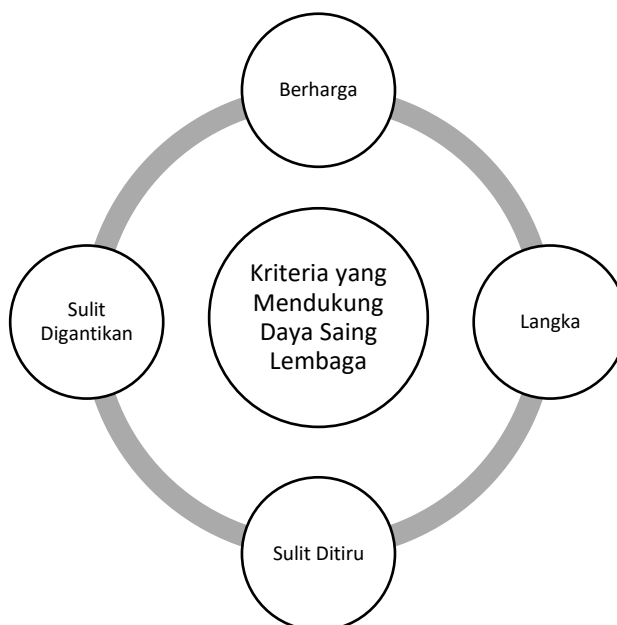
⁸⁹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2011)

karakter siswa yang positif melalui kegiatan dan kebiasaan yang ditanamkan melalui nilai-nilai keagamaannya sehingga dapat meninggikan citranya dihadapan masyarakat sekitar.

C. Hasil Strategi *Branding Image* dalam Meningkatkan Daya Saing

Madrasah di MTsN 3 Mojokerto

Hasil merupakan bagian akhir dari sebuah perencanaan. Hasil didapatkan karena adanya implementasi atau penerapan yang dilakukan melalui sebuah strategi yang dilakukan. Barney mengemukakan bahwa ada 4 kriteria yang dapat dipakai untuk membantu lembaga pendidikan mengidentifikasi sumber daya yang dapat mendukung keunggulan daya saing, sebagai berikut:⁹⁰



Gambar 5.1 Kriteria Pendukung Daya Saing

⁹⁰ Ismail Majuki, *Manajemen Pengetahuan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), hlm 23

1. Berharga, untuk mendukung keunggulan lembaga pendidikan, suatu sumber daya harus berharga. dalam hal ini dijelaskan bahwa kapasitas menyempurnakan efesiensi, efektivitas organisasi, dan menghasilkan inovasi.
2. Langka, sumber daya harus langka, dan tidak banyak yang tersedia atau sulit dan sangat diminati. Hal ini juga dapat mendukung daya saing lembaga pendidikan.
3. Sulit ditiru sulit, dalam hal ini lembaga pendidikan harus lebih kreatif dan inovatif agar sulit ditiru oleh pesaingnya.
4. Sulit digantikan, suatu sumber daya harus sulit dicari penggantinya atau substitusinya.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti hasil dari strategi branding image yang digunakan oleh madrasah ini guna meningkatkan daya saingnya yaitu: a) Memberi identitas madrasah, b) meningkatkan jumlah calon peserta didik baru, dan c) kualitas lulusan.

Pertama, memberi identitas bagi madrasah. Sebuah *brand image* akan memberikan identitas tersendiri bagi madrasah. hal ini sesuai dengan teori pembentuk *brand* yaitu *unique of brand association* (keunikan asosiasi merek) merupakan keunikan dari suatu merek produk yang akan dipandang lain dan akan memberikan citra yang berbeda dari pesaing. hal ini dimaksudkan sebuah madrasah yang beda dari yang lain. Ketika citra merek madrasah baik maka hasilnya madrasah akan mempunyai ciri khas dan identitas tersendiri bagi madrasah. hal ini sesuai dengan salah satu 4

kriteria yang dikemukakan oleh Barney yaitu langka dan sulit ditiru dimana ketika madrasah sudah mempunyai identitas tersendiri maka akan bersifat langka dan sulit ditiru oleh pesaingnya. Hal ini juga dapat mendukung daya saing lembaga pendidikan.

Kedua, meningkatkan jumlah calon peserta didik. Dengan adanya strategi yang baik maka akan timbul adanya ciri khas tersendiri untuk madrasah sehingga masyarakat tertarik dan berminat untuk mendaftarkan putra-putrinya ke madrasah. pengaruh *branding image* bagi madrasah sangat penting untuk membuat masyarakat agar tetap percaya kepada madrasah dan dapat meningkatkan jumlah pendaftar.

Dalam era persaingan yang berkembang sangat pesat, setiap lembaga pendidikan dipaksa berhadapan dengan lembaga yang lain. Semua lembaga pada umumnya berkeinginan untuk dapat tampil yang terbaik guna menarik perhatian pasar.⁹¹ lembaga pendidikan harus menghasilkan kualitas yang baik, meningkatkan keunggulan bersaingnya dan meningkatkan citranya agar mendapat kepercayaan dari masyarakat.

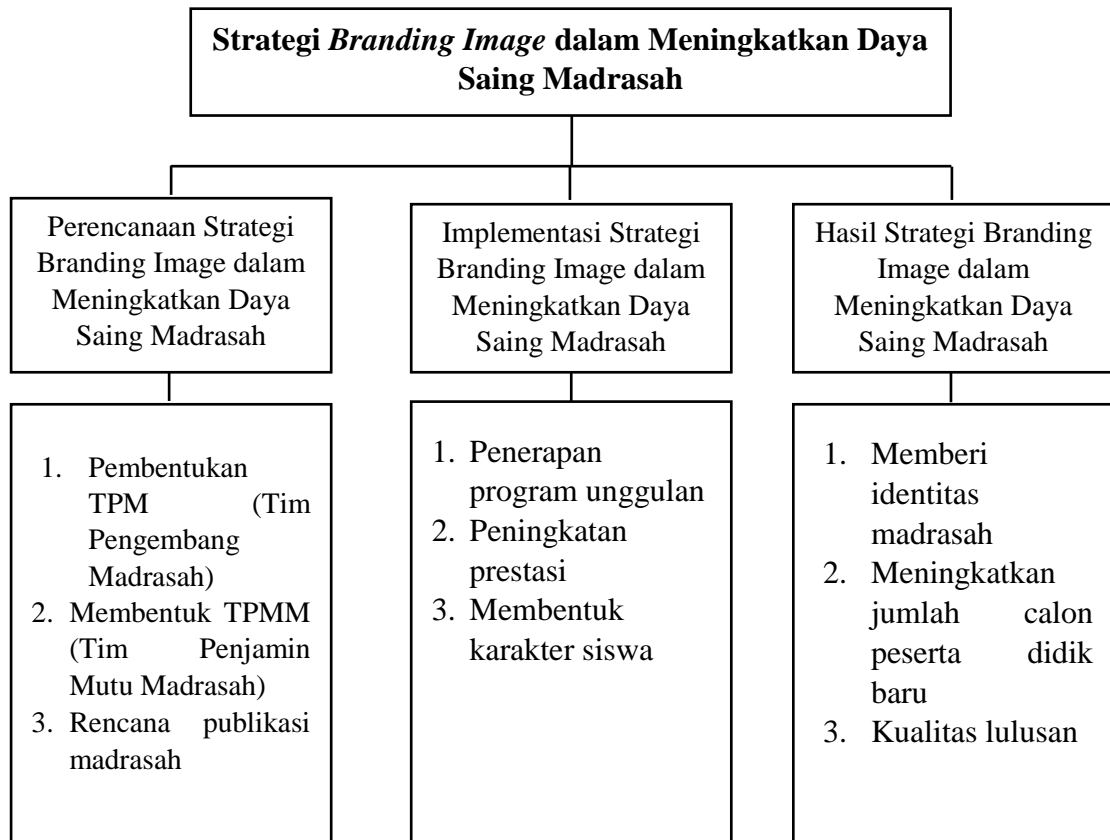
Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak madrasah dari tahun ke tahun jumlah pendaftar di madrasah ini semakin meningkat. Hanya saja memang dibatasi 8 kelas. Untuk tahun 2021/ 2022 hanya dibatasi 256 kuota PPDB. Perbandingan antara jumlah pendaftar dan peserta yang diterima cukup bisa dikatakan mengalami kenaikan.

Ketiga, kualitas lulusan. Madrasah sangat memperhatikan bagaimana kualitas lulusannya. Dengan adanya citra madrasah yang baik,

⁹¹ Dedi Mulyasa, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*, (Bandung: Pustaka Rosdakarya, 2011), hlm 185

input yang didapat waktu PPDB juga baik. Sehingga madrasah mempunyai modal yang cukup untuk pembinaan selanjutnya dan dapat menghasilkan output yang baik dan berkualitas. Kualitas lulusan madrasah cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya siswa siswi yang diterima disekolahan favorit di wilayah Mojokerto. *Brand Image* madrasah tidak hanya dilihat dari keunggulan yang dimiliki madrasah saja, tetapi kualitas lulusannya juga menjadi salah satu hasil dari penerapan strategi branding image yang diterapkan di madrasah. seperti halnya adanya pembinaan baik dalam bidang akademik dan non akademik dan penanaman nilai-nilai yang dapat mempengaruhi karakter siswa dapat menjadikan lulusan yang berkualitas. dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan dapat mencetak kualitas lulusan yang baik sehingga dapat membangun *brand image* madrasah yang positif.

D. Bagan Hasil Penelitian



Bagan 5.1 Hasil Penelitian

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Strategi Branding Image dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, Dalam perencanaan strategi *branding image*, peneliti mengambil 3 strategi perencanaan untuk *branding image* madrasah yaitu, a) pembentukan TPM (Tim Pengembang Madrasah), b) Membentuk TPMM (Tim Penjamin Mutu Madrasah), dan c) rencana publikasi madrasah.

Kedua, Implementasi strategi *branding image* adalah penerapan dari perencanaan strategi yang dibuat oleh madrasah. Penerapan strategi *branding Image* yang di jalankan madrasah yaitu: a) penerapan program unggulan berupa penambahan beberapa model kelas, b) peningkatan prestasi siswa baik dalam bidang akademik maupun non akademik melalui kegiatan intrakurikuler dan ekstrakurikuler, dan c) membentuk karakter siswa melalui penanaman nilai-nilai di madrasah yang dapat membentuk karakter siswa sehingga dapat membentuk citra merek madrasah.

Ketiga, Hasil merupakan bagian akhir dari sebuah perencanaan. Hasil strategi yang digunakan sudah sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat. Hasil dari perencanaan strategi yaitu: a) memberi identitas

madrasah, b) meningkatkan jumlah calon peserta didik, dan c) kualitas lulusan

B. Saran-saran

Tanpa mengurangi rasa hormat kepada semua pihak dan demi suksesnya kegiatan strategi branding image di MTsN 3 Mojokerto peneliti memberikan beberapa saran dengan harapan adanya perbaikan untuk kedepannya sebagai berikut:

1. Kepada madrasah diharapkan mampu menjaga *brand image* yang telah terbentuk dan menjadi identitas madrasah tersebut.
2. Kepada semua pihak madrasah diharapkan terus meningkatkan *brand image* madrasah dan tdiharap maampu bekerjasama dalam meningkatkan kualitas madrasah.
3. Kepada para peneliti, diharap dapat melakukan penelitian lebih lanjut dan mendalam mengenai strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing madrasah.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama RI, 2011, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar
- Aeni, Ani Nur. 2014. *Pendidikan Karakter untuk Siswa SD dalam Perspektif Islam*, Mimbar Sekolah Dasar 1, No. 1
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT Rineka Cipta
- Bahtiar, Yoyon. 2010. *Pemasaran Pendidikan*, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia Modul 5
- Buchari, Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- Buchari , Alma dan Hurriyati. 2008. *Manajemen Coperate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, Bandung: Alfabeta
- Bodgan, Robert dan Taylor, Steven J. 1993. "*Kualitatif Dasar-Dasar Penelitian*", Ed, Afandi, A. Khozin, Surabaya: Usaha Nasional
- Djunaidi, Much, Ahmad Kholid Alghofari, Dwi Aprianti Rahayu. 2006. *Upaya Pendingkatan Kualitas Layanan Lembaga Bimbingan Belajaran dengan Quality Function Deployment (QFD)*, Surakarta: Jurnal Ilmiah Teknik Industri Vol 5 Nomor 2
- Hermawan, Kertajaya dan Sula, Syakir M. 2006. *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka Cet II

- Ismail, Muhammad. 2013. *Strategi Pemasaran untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek*, Bogor: Percetakan IPB
- Kotler. 2000. *The Function of School Administration*, New York: NYT News Letter March
- Majuki, Ismail. 2012. *Manajemen Pengetahuan*, Bogor: Ghalia Indonesia
- Moleong, Lexi J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Rosdakarya
- Mulyasa, Dedi. 2013. *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Neny, Yulianita. 2005. *Dasar-dasar Public Relation*, Bandung: Pusat Penerbitan Universitas Bandung
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Pernadamedia Group
- Parwito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: Lkis Pelang Aksara
- Philip, Kotler. 2003. *Marketing Insights From A to Z*, Jakarta: Erlangga
- Porter, Michael E. 2008. *Competitive Advantage (Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggulan)*, Kharisma Publishing Group
- Rofiul, *Sekolah dan Marketing*, <http://rofiul.blogdetik.com>, diakses pada tanggal 12 Oktober 2020 pukul 23.35 WIB.
- Rozaq, Zainur Roziqin Henfy. 2018. *Menggagas Competitive Advantage Melalui Branding Image di Madrasah Aliyah Nurul Jadid Paiton Probolinggo*, Jurnal Ilmiah DIDAKTIKA, 18.2
- Sagala, Syaiful. 2007. *Manajemen Strategik dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*, Bandung: Alfabeta

- Sofanudin, Aji. 2012. *Minat Masyarakat Terhadap Model Pendidikan Madrasah di Magelang dan Demak*, Edukasi Volume 10, Nomor 3,
- Sugiyono. 2017. *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta
- Sule, Ernie Tisnawati dan Kurniawan Saefullah. 2014. *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Kencana Prenada Media
- Winarni, F. 2006. *Reorientasi Pendidikan Nilai dalam Menyiapkan Kepemimpinan Masa Depan*, Cakrawala Pendidikan XXV, No. 1
- Wiyatiningsih, Maya. 2017. *Peningkatan Mutu Pendidikan untuk Meningkatkan Daya Saing Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Swasta Miftahul Huda Sukolilo Jabung Kabupaten Malang*, Malang: Tesis UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Lampiran

BUKTI KONSULTASI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jalan Gajayana 50, Telepon (0341) 552398 Faximile (0341) 552398 Malang
[http:// fitk.uin-malang.ac.id/](http://fitk.uin-malang.ac.id/) email : fitk@uin-malang.ac.id

BUKTI KONSULTASI SKRIPSI JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

Nama : Kurtha Ayuni Nur Fauziyah
NIM : 17170009
Judul : Strategi Branding Image dalam
meningkatkan Daya Saing Madrasah
di MTs. N 3 Mopoterto
Dosen Pembimbing : Dr. H. Mulyono, MA

No.	Tgl/ Bln/ Thn	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing Skripsi
1.	14-04-2021	Konsultasi bab 4	
2.	20-04-2021	Revisi bab 4 dan penulisan yg salah	
3.	29-04-2021	Konsultasi bab 5 dan 6	
4.	04-05-2021	Revisi bab 5 dan 6	
5.	24-05-2021	Konsultasi Abstrak dan lampiran	
6.	27-05-2021	Konsultasi Keseluruhan	
7.	03-06-2021	Revisi penambahan bagan dan tabel	
8.	04-06-2021	ACC Skripsi	
9.			
10.			

Malang, 04 Juni 2021.

Mengetahui
Ketua Jurusan MPI,

Dr. H. Mulyono, MA.

NIP. 19660626 200501 1 003



SURAT IZIN PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jalan Gajayana 50, Telepon (0341) 552398 Faximile (0341) 552398 Malang
<http://fitk.uin-malang.ac.id>, email : fitk@uin-malang.ac.id

Nomor : 695/Un.03.1/TL.00.1/01/2021
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

3 Maret 2021

Kepada

Yth. Kepala Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Mojokerto
di Jl. Pendidikan No.2, Glonggongan, Sumbertebu,
Kec. Bangsal, Mojokerto, Jawa Timur 61381

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, dalam rangka menyelesaikan tugas akhir berupa penyusunan Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, kami mohon dengan hormat agar mahasiswa berikut:

Nama : Kurita Ayuni Nur Fauziyah
NIM : 17170009
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam - S1
Semester –Tahun Akademik : Genap-2020/ 2021
Judul Skripsi : **Strategi Branding Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah Di MTsN 3 Mojokerto**
Lama Penelitian : **Maret 2021 sampai dengan Mei 2021**

Diberi izin untuk melakukan penelitian di lembaga/ instansi yang menjadi wewenang Bapak/ Ibu.

Demikian, atas perkenan dan kerjasama Bapak/ Ibu yang baik disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Dekan,

Dr. H. Aous Maimun, M.Pd

PEDOMAN WAWANCARA

INSTRUMEN WAWANCARA KEPALA SEKOLAH

No.	Aspek Kajian	Keterangan
1.	Dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah, adakah strategi khusus untuk membentuk citra madrasah?	
2.	Bagaimana perencanaan strategi untuk membentuk citra madrasah yang dilakukan	
3.	Dalam perumusan perencanaan strategi tersebut siapa saja yang ikut andil didalamnya	
4.	Penerapan strategi <i>brand image</i> di madrasah	
5.	Keunggulan dan ciri khas madrasah	
6.	Faktor-faktor penghambat dan pendukung stategi <i>brand image</i>	
7.	Penanaman nilai-nilai di madrasah yang dapat mempengaruhi karakter siswa sehingga dapat membentuk citra merek madrasah	
8.	Cara madrasah memasarkan <i>brand image</i> kepada masyarakat	
9.	Apakah hasil strategi yang digunakan sesuai dengan perencanaan?	
10.	Evaluasi yang dilakukan oleh madrasah	
11.	Pentingnya <i>brand image</i> bagi madrasah	

INSTRUMEN WAWANCARA WAKA KESISWAN

No.	Aspek Kajian	Keterangan
1.	Perencanaan apa saja yang dilakukan madrasah sebagai strategi untuk membentuk citra madrasah	
2.	Perkembangan siswa	
3.	Prestasi siswa dan pengaruhnya terhadap madrasah	
4.	Upaya untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru setiap tahun	
5.	Kualitas lulusan dan pengaruhnya terhadap madrasah	
6.	Melakukan Pembinaan dan pengembangan peserta didik berupa bakat, minat, kreatifitas, dan kemampuan peserta didik	
7.	Penanaman nilai-nilai di madrasah yang dapat mempengaruhi karakter siswa sehingga dapat membentuk citra merek madrasah	
8.	Melakukan pelacakan terhadap alumni	
9.	Apakah citra madrasah akan mempengaruhi kualitas lulusan	
10.	Pentingnya brand image bagi madrasah	

INSTRUMEN WAWANCARA WAKA HUMAS

No.	Aspek Kajian	Keterangan
1.	Perencanaan apa saja yang dilakukan madrasah sebagai strategi untuk membentuk citra madrasah	
2.	Kegiatan pemasaran madrasah	
3.	Daya tarik madrasah terhadap peserta didik baru	
4.	Hubungan madrasah dengan orang tua dan masyarakat sekitar madrasah.	
5.	Cara madrasah menginformasikan kegiatan humas kepada masyarakat	
6.	Cara menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat	
7.	Sarana/ media yang digunakan untuk menunjang pemasaran madrasah oleh humas	
8.	Pentingnya <i>brand image</i> bagi madrasah	

INSTRUMEN WAWANCARA TIM PENGEMBANG MUTU MADRASAH

No.	Aspek Kajian	Keterangan
1.	Perencanaan apa saja yang dilakukan madrasah sebagai strategi untuk membentuk citra madrasah	
2.	Penerapan strategi membangun citra madrasah	
3.	Keunggulan dan ciri khas madrasah	
4.	Apakah ada tugas khusus untuk TPMM	
5.	Pengembangan mutu apa saja yang dilakukan oleh madrasah	
6.	Pentingnya brand image bagi madrasah	

JADWAL KEGIATAN MADRASAH

PERIODE : 2021/2022 - 2024/2025

No	Program/Kegiatan	Penanggung Jawab
A.	PENGEMBANGAN DELAPAN STANDART	
I. Standar Isi		
1	Pembentukan Tim Pengembang Kurikulum	Waka Akademik
2	Rapat kerja penyusunan Dokumen 1 dan 2	Waka Akademik
3	Rapat kerja penyusunan program pengayaan	Waka Akademik
4	Rapat kerja penyusunan program BP/BK	Waka Kesiswaan
5	Rapat kerja penyusunan program ekstrakurikuler	Waka Kesiswaan
	0	0
II. Standar Proses		0
1	Rapat kerja pengembangan silabus	Waka Akademik
2	Review Silabus oleh Guru	Waka Akademik
3	Review RPP oleh guru	Waka Akademik
4	Review RPP oleh tim ahli dan pengawas	Waka Akademik
5	Pengadaan Sarana Sumber Belajar dan Perpustakaan secara online	Waka Akademik
6	Studi Ilmiah Mata Pelajaran Di luar Madrasah	Waka Akademik
7	rapat kerja pengembangan RPP	Waka Akademik
8	Pelatihan Pembuatan RPP berbasis TIK	Waka Akademik
9	Pelaksanaan supervisi oleh team penilai	Waka Akademik
10	Pelaksanaan kegiatan belajar-mengajar	Waka Akademik
11	Seleksi Peserta Didik Program Kelas Unggulan	Waka Akademik
12	Praktikum Komputer	Waka Akademik
13	Praktikum Keterampilan	Waka Akademik
14	Konsultasi Peningkatan Mutu Pendidikan	Waka Akademik
15	Pemberdayaan Perpustakaan	Waka Akademik
16	Pengembangan Database Perpustakaan dan Perpustakaan Elektronik (e - library)	Waka Akademik
17	Pelaksanaan Pendaftaran Peserta Didik Baru (PPDB)	Waka Akademik
18	Pelaksanaan Masa Ta'aruf Siswa Madrasah (MATSAMA)	Waka Akademik
19	Pelaksanaan Try Out	Waka Akademik
20	Pelaksanaan Pendalaman Materi	Waka Akademik

21	Pelaksanaan Tes TPA/TKD	Waka Akademik
22	Pelaksanaan Lomba Mata Pelajaran	Waka Akademik
23	Pelaksanaan Lomba OSN	Waka Akademik
24	Penyelenggaraan PORSENI	Waka Kesiswaan
25	Penyelenggaraan Pentas Seni	Waka Kesiswaan
26	Pelaksanaan Ekstrakurikuler Kepramukaan	Waka Kesiswaan
27	Pelaksanaan Ekstrakurikuler Kesenian dan Kebudayaan	Waka Kesiswaan
28	Pelaksanaan Ekstrakurikuler Olahraga berupa peralatan	Waka Kesiswaan
29	Pelaksanaan Ekstrakurikuler Paskibra	Waka Kesiswaan
30	Pelaksanaan Ekstrakurikuler PMR Pemula	Waka Kesiswaan
31	Pelaksanaan Ekstrakurikuler Drum Band	Waka Kesiswaan
32	Penyelenggaraan Pesantren Kilat	Waka Kesiswaan
33	Peringatan Hari Besar Agama dan Nasional	Waka Kesiswaan
34	Pengelolaan Majalah Dinding	Waka Kesiswaan
35	Pelaksanaan Lomba MTQ	Waka Kesiswaan
36	Pelaksanaan Ekstrakurikuler Latihan Kepemimpinan Siswa (LKS)	Waka Kesiswaan
37	Pelaksanaan Ekstrakurikuler Keagamaan	Waka Kesiswaan
38	Usaha Kesehatan Sekolah (UKS), peralatan dan/atau obat-obatan	Waka Kesiswaan
39	Pelaksanaan perilaku hidup bersih dan sehat/Pendidikan dan pengembangan sekolah sehat, aman, ramah anak, dan menyenangkan	Waka Kesiswaan
40	Kesehatan reproduksi remaja	Waka Kesiswaan
41	Penghijauan dan perindangan lingkungan sekolah	Waka Kesiswaan
42	Pelaksanaan kegiatan 7 K	Waka Kesiswaan
43	Pembuatan Kartu Pelajar	Waka Kesiswaan
0	0	0
0	0	0
III. Standar Kompetensi Lulusan		0
1	Pembuatan rapor hasil belajar	Waka Akademik
2	Penyusunan Kompetensi Ketuntasan Minimal	Waka Akademik
3	Penyusunan Kriteria Kenaikan Kelas	Waka Akademik
4	Pelaksanaan Test Peningkatan Mutu (TPM)	Waka Akademik
5	Kompetensi Pengembangan Status Sekolah	Waka Akademik
6	Sosialisasi KKM	Waka Akademik
7	Sosialisasi Kriteria kelulusan dan ujian	Waka Akademik
8	Pembuatan Cetak buku memory siswa	Waka Kesiswaan

9	Kegiatan kerohanian	Waka Akademik
10	Pelatihan kreasi seni untuk acara wisuda	Waka Humas
11	Program pemberdayaan OSIS	Waka Kesiswaan
12	Mengikuti lomba seni	Waka Kesiswaan
13	Mengikuti lomba olah raga	Waka Kesiswaan
	0	0
IV. Standar Pendidik dan Tenaga Kependidikan		0
1	Menyusun Analisis kebutuhan Guru	Kepala Madrasah
2	Perekrutan Laboran IPA	Kepala Madrasah
3	Pengajuan Sertifikasi Pendidik bagi yang belum memiliki	Kepala Madrasah
4	Penambahan tenaga Pelaksana Urusan Administrasi	Kepala TU
5	Workshop Peningkatan Kualitas Guru Kelas, Mata Pelajaran (DDWK)	Waka Akademik
6	Kegiatan KKG/MGMP atau KKKS/MKKS (transport)	Waka Akademik
7	Peningkatan Kompetensi Tenaga Ekstrakurikuler (hr)	Waka Kesiswaan
8	Bantuan Transport perjalanan dinas	Kepala Madrasah
9	Pengadaan Gaji Madin 2 org (600.000 x 12 bln)	Kepala Madrasah
10	Pengadaan Gaji Tahfidz 4 org (60 jam x 45.000 x 12 bln)	Kepala Madrasah
11	Koordinator Tahfidz 1 (200.000 X 12 bln)	Kepala Madrasah
12	Koordinator Madin dan Tahfidz 2(12 bln x 2 org x 50.000)	Kepala Madrasah
13	Honor pengelola dan guru Kursus El Com	Kepala Madrasah
14	Pengadaan Air Minum guru & pegawai (20.000 x 4 galon x 4 ruang x 12 bln)	Kepala Madrasah
15	Pengembangan Profesi (DDWK)	Waka Akademik
16	Rapat Komite	Waka Humas
17	Biaya operasional komite madrasah	Waka Humas
18	Honor petugas penyeberangan jalan (12 bln x 100.000)	Waka Humas
19	Pengiriman diklat Tenaga Administrasi Madrasah	Kepala Madrasah
0	0	0
V. Standar Sarana dan Prasarana		0
1	Pengadaan ruang kelas baru	Waka Sarpras
2	Pengadaan ruang kelas baru	Waka Sarpras
3	Pengadaan peralatan belajar	Waka Sarpras
4	Penyusunan usulan anggaran DIPA	Waka Sarpras
5	Pemeliharaan Meubelair	Waka Sarpras

6	Pemeliharaan Alat Laboratorium	Waka Sarpras
7	Pemeliharaan Alat Elektronik	Waka Sarpras
8	Pembelian/Perawatan Alat Multi Media Pembelajaran	Waka Sarpras
9	Pemeliharaan dan Perbaikan Ruang kelas	Waka Sarpras
10	Pemeliharaan dan Perbaikan Ruang laboratorium	Waka Sarpras
11	Pemeliharaan dan Perbaikan Ruang perpustakaan	Waka Sarpras
12	Pemeliharaan dan Perbaikan Ruang Kepala Sekolah	Waka Sarpras
13	Pemeliharaan dan Perbaikan Ruang Guru	Waka Sarpras
14	Pemeliharaan dan Perbaikan Ruang Tata Usaha	Waka Sarpras
15	Pemeliharaan dan Perbaikan Ruang BP/BK	Waka Sarpras
16	Pemeliharaan dan Perbaikan Ruang Ibadah	Waka Sarpras
17	Pemeliharaan dan Perbaikan Instalasi air	Waka Sarpras
18	Pemeliharaan dan Perbaikan Instalasi listrik (termasuk penggantian lampu)	Waka Sarpras
19	Pemeliharaan dan Perbaikan Kamar mandi/wc guru/karyawan	Waka Sarpras
20	Pemeliharaan dan Perbaikan Kamar mandi/wc siswa	Waka Sarpras
21	Pemeliharaan dan Perbaikan Taman dan Lapangan	Waka Sarpras
22	Pemeliharaan dan Perbaikan Pagar	Waka Sarpras
23	Pemeliharaan Website	Waka Sarpras
24	Pembuatan pagar	Waka Sarpras
25	Penambahan fasilitas elektronik untuk ketatausahaan	Waka Sarpras
26	Pemeliharaan dan pembelian Printer Madrasah	Waka Sarpras
27	Pemeliharaan dan Perbaikan Ruang / alat Computer	Waka Sarpras
28	Pemeliharaan dan Perbaikan Ruang Kelas Tahfid	Waka Sarpras
29	Pemeliharaan dan Perbaikan Gedung madrasah	Waka Sarpras
30	Pembuatan Gazebo (3 buah)	Waka Sarpras
31	tanah uruk + tenaga kasar	Waka Sarpras
32	Pengadaan almari kelas	Waka Sarpras
0	0	0
VI. Standar Pengelolaan		0
1	Review Visi dan Misi Madrasah	Waka Humas
2	Penyusunan RKM dan RKTm bersama warga madrasah	Waka Humas
3	Rapat kerja review dan evaluasi RKM	Waka Humas
4	Sosialisasi RKM	Waka Humas
5	Sosialisasi RKM secara online	Kepala Madrasah
6	Rapat kerja penyusunan program kerja prioritas	Waka Humas

7	Penyusunan Evaluasi Diri Madrasah	Waka Humas
8	Penyusunan Profil Sekolah	Waka Humas
9	Pelaksanaan Rapat Kerja Kepala Sekolah	Waka Humas
10	Pembuatan Program Kerja Kepala Sekolah	Waka Humas
11	Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Sekolah (SIM)	Waka Humas
12	Kerjasama dengan mitra sekolah	Waka Humas
13	Pembayaran honor GBPNS dan Tenaga Kependidikan	Kepala Madrasah
14	Pembayaran honor Penjaga Madrasah, Satpam, Petugas Kebersihan	Kepala Madrasah
15	Pembayaran honor Operator data, Bendahara, Operator EMIS, Operator aplikasi, dan Pengelola Keuangan sebagai tugas tambahan untuk non PNS	Kepala Madrasah
16	Pengembangan Madrasah Hijau, Madrasah Sehat, Madrasah Ramah Anak, Madrasah Adiwiyata	Waka Humas
17	Pengadaan Sarana Administrasi Perkantoran	Kepala Madrasah
18	Penyusunan Laporan Administrasi Perkantoran	Kepala TU
19	Pengelolaan Inventaris Barang	Kepala TU
20	Penyusunan dan pelaksanaan Program Supervisi, Monitoring dan Evaluasi	Kepala Madrasah
21	Sosialisasi Kebijakan-Kebijakan	Kepala Madrasah
22	Rakor Komite Sekolah	Waka Humas
23	Pembuatan dan pengelolaan website madrasah	Waka Humas
24	Penambahan dan pengelolaan jaringan internet	Waka Sarpras
25	Memberi penghargaan guru teladan	Kepala Madrasah
26	Rapat kerja penyusunan SOP PTK	Kepala Madrasah
27	Rapat dinas rutin	Kepala Madrasah
28	Bekerja sama dengan guru/tutor dari lembaga lain dalam pembinaan akademik dan non akademik	Waka Humas
0	0	0
VII. Standar Pembiayaan		0
1	Rapat komite dan rapat kordinasi pimpinan	Waka Humas
2	Workshop penyusunan RKAM	Kepala Madrasah
3	Rapat Penyusunan RKAM	Kepala Madrasah
4	Penyusunan laporan penggunaan keuangan Madrasah	Bendahara
5	Rapat kerja penggalan sumber dana madrasah	Bendahara

6	Pengembangan unit usaha madrasah	Bendahara
7	Penyusunan pengurus alumni	Waka Humas
8	Rapat kerja perumusan biaya subsidi silang	Waka Humas
9	Rapat kerja dengan komite madrasah	Waka Humas
VIII. Standar Penilaian		0
1	Penyusunan Kisi-kisi soal ulangan	Waka Akademik
2	Sosialisasi Silabus dan KKM ke peserta didik oleh guru	Waka Akademik
3	Pelaksanaan Ulangan Harian	Waka Akademik
4	Pelaksanaan Penilaian Akhir semester (PAS)	Waka Akademik
5	Pelaksanaan Penilaian Akhir Tahun (PAT)	Waka Akademik
6	Pelaksanaan Ujian Madrasah	Waka Akademik
7	Pelaksanaan AKM / AKSI	Waka Akademik
8	Pelaksanaan Try out / Uji coba Ujian Madrasah	Waka Akademik
9	Penyusunan soal ulangan PAS/PAT/Ujian	Waka Akademik
10	Penyusunan nilai akhir oleh pendidik	Waka Akademik
11	Sosialasi perumusan dalam menentukan nilai akhir	Waka Akademik
12	Pembuatan rapor / catatan penilaian pengembangan diri peserta didik	Waka Akademik
13	Rapat dewan pendidik dalam penentuan kriteria kelulusan	Waka Akademik
14	Rapat pertemuan wali murid	Waka Akademik
15	Pengadaan Foto Rapor dan buku induk	Waka Akademik
16	Pembuatan Sampul rapor	Waka Akademik
17	Pengadaan Foto Ujian dan ijazah	Waka Kesiswaan
18	Sosialisasi Kriteria kenaikan kelas	Waka Akademik

Daftar prestasi MTsN 3 Mojokerto 2020-2021

NO	JENIS PRESTASI	NAMA	JENIS PERLOMBAAN	KET	WAKTU
1 2 3 4 5	Juara 1 Jingle Yel-Yel Juara 2 LKBB Juara 3 Poster Putri Juara 2 Regu Putra Juara Umum 3	Tim Pramuka MTsN 3 Mojokerto Anggi Septiani Wuko Marosa	Kejuaraan Arya Tingkat Provinsi Jawa Timur Praga SMAN 1 Sidoarjo tahun 2020	Antar Gudep Se-Prov. Jawa Timur	Tgl 6 - 7 Februari 2020
6	Juara 3 Taekwondo Tingkat Nasional	Kurnia Mega	Kejuaraan Nasional Palagan Championships di tahun 2020	Antar pelajar se-Indonesia di Semarang Jawa Tengah	Tgl 8 - 9 Februari 2020
7 8 9 10 11	Juara 1 Kumite 45 Kg Putri Karate Kushin Ryu Juara 1 Kumite 50 Kg Putri Karate Kushin Ryu Juara 1 Kumite 52 Kg Putri Karate Kushin Ryu Juara 2 Kumite 52 Kg Putra Karate Kushin Ryu Juara 3 Kumite 45 Kg Putra Karate Kushin Ryu	Putri Hamdan Nur Sedqi Putri Sania Twin Putra Rendy Seiawan	Kejuaraan Cabang Karate Kushin Ryu Karate-Do Tingkat Kabupaten tahun 2020	Tingkat Kabupaten Mojokerto	Tgl 15 -16 Februari 2020

12	Juara 3 Kumite 52 Kg Putra Karate Kushin Ryu	Putra Maskur Halimi M. Rozak Dimas Al Akbat Adi Prastyo			
13	Juara 1 Presentasi Mading	Tim Mading MTs N 3 Mojokerto	Lomba Presentasi Mading dan Cipta Baca Puisi Tingkat Provinsi Jawa Timur	Antar Pelajar SMP/ MTs Se Jawa Timur tahun 2020	07 Maret 2020
14	Juara Harapan 1 Lomba Cipta Baca Puisi	Amiel Dwi Puspita Sari	Lomba Presentasi Mading dan Cipta Baca Puisi Tingkat Provinsi Jawa Timur	Antar Pelajar SMP/ MTs Se Jawa Timur di MAN 2 Mojokerto tahun 2020	07 Maret 2020
15	Juara 1 SMS Putra	Tim Gudep MTsN 3	Lomba Galang Gemilang	Antar Pelajar SMP/	07 Maret 2020

16	Juara 1 SMPutriS	Mjk	Garda Majapahit MAN 2 Mojokerto Tingkat Provinsi Jawa Timur	MTs Se Jawa Timur di MAN 2 Mojok erto tahun 2020	
17	Juara 1 Kolonel Tongkat Putra				
18	Juara 1 Pionnering Putra				
19	Juara 1 Pioneering Putri				
20	Juara Umum				
21	Juara 1 Cerdas Cermat putri		Scampy VI 2021	SMK N 2 Budur an Sidoar jo	
22	Juara 1 lomba yel-yel dan Simaphore dance			SMA N 2 Kota Mojok erto	

BROSUR PPDB (PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN MOJOKERTO
MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 3 MOJOKERTO
TERAKREDITASI : A
Jl. Pendidikan No. 02 Sumbertebu Bangsa Kode Pos 61381 Telp. 0321 - 6860805 Kabupaten Mojokerto

Penerimaan Peserta Didik Baru TAHUN PELAJARAN 2021/2022

Program Unggulan Madrasah :

1. Kelas Prestasi Akademik
2. Kelas Peminatan
3. Kelas Tahfidzil Qur'an
4. Kelas Olah Raga Prestasi
5. Madrasah Literasi
6. Madrasah Adiwiyata

Program Ekstra Kurikuler :

1. Ekstra Akademis
 - Bimbingan Belajar IPA terpadu
 - Bimbingan Belajar IPS terpadu
2. Ekstra Non Akademis (Kegiatan OSIS)
 - Bola Volly, Futsall, Sholawat Albanjari, Drumband, Qiro'ah, Paskibra, Karate, Olah Vokal, PMR, Pramuka, Kursus komputer, Jurnalistik Majalah, Tenis Meja, Seni Teater



Visi MTsN 3 Mojokerto :
*Luhur dalam Pekerti
Unggul dalam prestasi
Terampil dalam Teknologi*

Motto Madrasah:
Madrasah Hebat, Madrasah Bermartabat

mts3mojokerto.sch.id
mtsnbangsa@gmail.com

Bersama Kita Bisa !!

DAFTAR SEKOLAH LANJUTAN SISWA MTsN 3 MOJOKERTO

DAFTAR SEKOLAH LANJUTAN SISWA MTsN 3 MOJOKERTO TAHUN PELAJARAN 2020/2021			
ELAS 90			
NO	NAMA SISWA	NAMA SEKOLAH LANJUTAN	TANDA TANGAN
1	Ahmad Jazuli	SMAN 1 BANGSAL	1
2	Amanda Eliza Revina Putri		2
3	ANASSEN ACHMAD HEMI MAULANA	MAN 1 MOJOKERTO	3
4	Aurilia Maulina Sugianti	MAN 2 MOJOKERTO	4
5	Bagus Sahrud Fajar Alwi	SMK N 1 Punggur	5
6	Boby Putra Vania	SMAN 1 Bangsal	6
7	Eka Sandi Wahyu Prasetyo	Jarko Paderan Ramat	7
8	IMELDA MARETA HANDAYANI		8
9	INE FEBRIYANTI	SMAN 1 BANGSAL	9
10	ISNAINI LAILATUL KHIISTYAH	MAN 1 Mojokerto	10
11	Jerven Lugman Prasetyo	Sek. Kader al-nab	11
12	M. Dhimas Maulana	SMK Kusuma Bangsa	12
13	M. Khalim Sya'ban Akbar		13
14	M. Prayoga Tri Hidayat	SMK Kusuma Bangsa	14
15	MUCHAMMAD ARDIANSYAH	SMK TAMAN SINDA	15
16	Muhammad Afifuddin Rifal	SMKN 1 Mojokerto	16
17	Muhammad Alif Al Ghifari	MAN 2 Mojokerto	17
18	MUHAMMAD RAFLI HIDAYAT	SMAN 1 Bangsal	18
19	Muhammad Rizki Ramadhan	SMK Gajah Mada	19
20	Nailul Chal Al Kharimah	MAN 1 Mojokerto	20
21	NANDA NICHOLAS SAPUTRA		21
22	Nonie Putri Ratu Dwinta	SMAN 1 BANGSAL	22
23	Olivia Putri Renata	MAN 1 Mojokerto	23
24	REGA ARUM LISDIANAH	SMK Paderan Rahmat	24
25	Sely Veby Vantina	SMAN 1 Dlanggu	25
26	Shinta Maharani	SMAN 1 Mojokerto	26
27	SILVIA DWI KUMALA		27
28	Syahrul Wafa	SMK NASIONAL	28
29	Tania Angelika		29
30	Wahyu Ibrahim		30
31	Zogi Nasrulloh Zakaria	SMK Kusuma Bangsa	31
32	Rizki Musdita Sari	MAN 1 Mojokerto	32

Bangsal, 21 Juli 2020

DAFTAR SEKOLAH LANJUTAN
SISWA MTsN 3 MOJOKERTO
TAHUN PELAJARAN 2020/2021

ELAS 9 F

NO	NAMA SISWA	NAMA SEKOLAH LANJUTAN	TANDA TANGAN
1	Achmad Suharsono	SMK Gajah Mada Puri	1
2	Achmad Viky Riadhon Illiyin		2
3	AHMAD OBITH RAVA PRATAMA	SMK NI Mojokerto	3
4	AJENG APRILIA CAHYANI PUTRI		4
5	Ali Wawa Muhammad	SMK NI Mojokerto	5
6	AMANDA IKA WULANDARI		6
7	ANJAR RACHMAT HIDAYAT	Raden Rahmat Mojokerto	7
8	AURA SERLINA FEBRIANTI		8
9	AZIZ APRILLIANT FIRMANSYAH	SMAN 1 BANGSAL	9
10	Hanif Hidayati		10
11	Hendun Bella Auisyah	SMAN 1 Mojokerto	11
12	Jaharotul Fitriyah		12
13	Jelita Rismayani		13
14	M. Fajar Satria Tama	RP (Raden Patih)	14
15	M. Syirojuddin	KS	15
16	Mala Istikhorotin Ilmi		16
17	MUHAMMAD BAHAGI HAYATU HASNAIN ARIHO	MAN 1 Mojokerto	17
18	Mohammad Hamzah Aidil Saputra	SMAN 1 Bangsal	18
19	Mohammad Isbat Nasrin Nur Hidayat	KS	19
20	MUHAMMAD LUKMANUL HAKIM		20
21	MUHAMMAD RIFAUL MUKLIS	SMKN 1 Mojokerto	21
22	MUKHAMMAD FERDI DWI PRASTYO		22
23	Nabila Dwi Yulianti	SMAN 1 Bangsal	23
24	NAVA KUR'ANNI AFDILILLAH		24
25	Nur Alfi Laela		25
26	Raffi Isnaini Khisnillah	Raden Rahmat Mojokerto	26
27	Rakhmat Tiyo Amirullah	Raden Patih Mojokerto	27
28	Toma Hausa		28
29	Wahyu Wulan Suci		29
30	ZAKKY PUTRA RAFIKKY	SMAN 1 Bangsal	30
31			31

DAFTAR SEKOLAH LANJUTAN
SISWA MTsN 3 MOJOKERTO
TAHUN PELAJARAN 2020/2021

ELAS 9 E

NO	NAMA SISWA	NAMA SEKOLAH LANJUTAN	TANDA TANGAN
1	Abi Yachya	SMK Gajah Mada ✓	1
2	Achmad Ihima Arifianto	SMK AHLADA ✓	2
3	AGUNG DIYAS SAPUTRA		3
4	Ahmad Hasbi Allah, H	SAK Badan Diklat ✓	4
5	Akhmad Ferdi Saputro	SMK Luyang Bungsa ✓	5
6	Alfi Rohmatul Sholikah	SMAN 1 Bangsal ✓	6
7	Andini Setyorini	SMAN 1 BANGSAL ✓	7
8	Annisa Dwi Susanti	SMAN 1 KUTOREJO ✓	8
9	AZILLA PUTRI RAMADHANI	SMAN 1 BANGSAL ✓	9
10	Dinda Sovi Septianti	SMKN 1 DIANGGU ✓	10
11	Eryka Dwi Susanti	SMAN 1 BANGSAL ✓	11
12	Icha Pramudita Aulia	SMK Persegi ✓	12
13	ILHAM ERLANGGA	SMK N 3 Eka ✓	13
14	Khomsatun Agustina	SMKN 1 MOJANGYAR ✓	14
15	M. Ifan Faqih		15
16	M. Rifki Khoirudin Masrulloh	SMK Gajah Mada ✓	16
17	M. Rivky Firdaus	SMAN 1 Bangsal ✓	17
18	Marshanda Febrianti Astutik	SMKN 1 Mojangyar ✓	18
19	MASHURI ZAKARIA	SMK Taman Siswa ✓	19
20	MUHAMAD ANGGA REKSA SAPUTRO	SMAN 1 BANGSAL ✓	20
21	Muhamad Fauzi	SMKN 2 DIANGGU ✓	21
22	Muhammad Sallindra A. S	SMAN 1 Bangsal ✓	22
23	Muhammad Sultan Alfian Zuhri	SMK ANGKASA MOJOKERTO ✓	23
24	MUKHAMMAD ANGGA AGUSTIAN	SMK Raden Rahmad ✓	24
25	Mukhammad Farizki Firmansyah	SMK Perhutanan ✓	25
26	Mukhammad Julalfian Nur Rizki	MAN 2 JOKRO ✓	26
27	Novia Arya Ningsih	MAN 3 MOJOKERTO ✓	27
28	Novia Fajriyatul Fitria	SMKN 1 DIANGGU ✓	28
29	Sultan Awani Putra Bintang	SMK RADEN RAHMAD ✓	29
30	Yayuk Indarwati	SMKN 1 MOJANGYAR ✓	30
31			31

Bangsar, 21 Juli 2020

DAFTAR SEKOLAH LANJUTAN
SISWA MTsN 3 MOJOKERTO
TAHUN PELAJARAN 2020/2021

D₃

ELAS 9 D

NO	NAMA SISWA	NAMA SEKOLAH LANJUTAN	TANDA TANGAN
1	Abi Miftakhul Khoir	MAN 2 Mojokerto	1. H. H.
2	Ade Wahyu Nazarudin	Pondok Pesantren Rahmat	2. H. H.
3	Ahmad Ade Alam	SMK N 1 Mojokerto	3. H. H.
4	AKHMAD ANDIKA FERDIYANSAH		4.
5	Asif Syafiroh	SMAN 1 Bangsal	5. H. H.
6	AYU KUSUMA WARDANI	SMK N 1 Mojokerto	6. H. H.
7	Bakhtiar Dwi. M	SMK N 1 Mojokerto	7. H. H.
8	BINTANG CAHYA ANDYKA	SMKN 1 Mojokerto	8. H. H.
9	Dhini Andhini	SMKN 1 Dlanggu	9. H. H.
10	ELFA OKTAVIA ROMADHONA		10.
11	EVIN ANJARIWATI	SMKN 1 Mojokerto	11. H. H.
12	Febrian Rafly Sampurno	SMAN 1 Bangsal	12. H. H.
13	FINA HANDRIYANI	SMAN 1 Mojokerto	13. H. H.
14	Firrotul 'Aafiyah	SMK Kusuma Bangsal	14. H. H.
15	Fitri Nur Annissah	SMK N 1 Dlanggu	15. H. H.
16	Friska Dina Arta Servia	SMN 1 Dlanggu	16. H. H.
17	Intan Nurani	SMAN 1 Bangsal	17. H. H.
18	Khuzaimatun Silvi	SMAN 1 BANGSAL	18. H. H.
19	M. Choirudin	SMK Roden Rahmat	19. H. H.
20	M. Syaff'in Nur Rafli	SMK Roden Rahmat	20. H. H.
21	Moch. Rizky Maulana	SMKN 1 MOJOKERTO	21. H. H.
22	Muhammad Fitrandi	SMKN 1 Mojokerto	22. H. H.
23	Muhammad Jafar Yunus	SMK Kusuma Bangsal	23. H. H.
24	MUHAMMAD RIKY FERDIANSAH	SMAN 1 Bangsal	24. H. H.
25	Muhammad Sulhan Rasyid Abdullah	MAN 2 Sukoharjo	25. H. H.
26	Muhammad Wahyu Gilang Ramadan	SMK Roden Rahmat	26. H. H.
27	NENI INDAH RAHMADANI	SMK Mojokerto	27. H. H.
28	Nur Auliatun Nabila	SMAN 1 Dlanggu	28. H. H.
29	SAYID HIJATUL AL KHOZALI	SMK Roden Rahmat	29. H. H.
30	Siti Nur Cholifah	SMKN 1 Dlanggu	30. H. H.
31			31.

3

DAFTAR SEKOLAH LANJUTAN
SISWA MTsN 3 MOJOKERTO
TAHUN PELAJARAN 2020/2021

CELAS 9 C

NO	NAMA SISWA	NAMA SEKOLAH LANJUTAN	TANDA TANGAN
1	Achmad Hafidz Rizky	SMK TAMAN SISWA	1
2	ADE RAFI FIRMANSYAH	SMKN 2 Mojokerto	2
3	Adinda Desi Nurrohmah	SMAN 1 BANGSAL	3
4	AGUSTINA KUSUMAWARDANI	SMAN 3 KUTOREJO	4
5	Ahmad Fadil Lubis	SMK THORIQUL ULMU	5
6	AIRELLA INTAN RAHMADHANI	SMKN 1 Mojokerto	6
7	Alim Hidayat	SMKN 1 Mojokerto	7
8	AMELIA NUR SUGITA	SMKN 1 Dlanggu	8
9	Bagas Aditya Putra	SMK Kusuma Bangsa	9
10	Della Ayu Dwi Puspita Sari	MAN 1 Mojokerto	10
11	Dewi Nur Ima	SMAN NEGERI 1 BANGSAL	11
12	Dina Melfiana	SMKN 1 Dlanggu	12
13	Dolvo Pandu Kusuma	SMAN 1 Bangsal	13
14	Elsa Tri Lestari	SMK Paden Rahmat	14
15	Herly Eko Winoto	SMK Kusuma Bangsa	15
16	Khoirun Nur Ikhsan	SMK TAMAN SISWA	16
17	LAVINIA DWI RAMADHAN	SMKTI MOJOKERTO	17
18	Muchammad Ryvanza	SMAN 1 MOJOKERTO	18
19	Muchammad Wildan	SMKTI 1 DLANGGU	19
20	Muhamad Bagas Saputra	SMK Kusuma Bangsa	20
21	MUHAMMAD AMIRUL HUDA	SMKN 1 DLANGGU	21
22	MUHAMMAD BAGAS CAHYA MAULAN	SMK Raden Patah	22
23	Muhammad Bayhaki	SMK Palapa	23
24	MUKHAMMAD ILHAM YASHAR	SMAN 1 BANGSAL	24
25	Mukhlisa Ramayanti	SMK PGRI SOPO	25
26	RIFATMA WANTI LAILIL UMayA	SMK Negeri 1 Mojokerto	26
27	Riska Intan Wahyuningsih	SMAN 1 BANGSAL	27
28	RIZKI DWI FEBRIANTO	SMK Paden Rahmat	28
29	Wahyu Nur Pratama	SMK Taman Siswa	29
30	WINDA DWI ASTUTIK	SMAN 1 Bangsal	30
31			31

DAFTAR SEKOLAH LANJUTAN
SISWA MTsN 3 MOJOKERTO
TAHUN PELAJARAN 2020/2021

KELAS 9 B

NO	NAMA SISWA	NAMA SEKOLAH LANJUTAN	TANDA TANGAN
1	AISTAH ERIKA ARI WAHYUDI	MAN 1 Mojokerto	1
2	AMEL DWI PUSPITASARI	MA AS'ADYAH PASURUAN	2
3	Annisa nur fadhilah	MAN 2 MOJOKERTO	3
4	Ariela Rachel Alfiani	SMAN 1 Punggiling	4
5	ASMA'UL FADILAH	SMKN 1 Mojokerto	5
6	Cerlina Devi Apriliana Putri	SMAN 1 BANGSAL	6
7	Dewi Nur Anggraeni	SMAN 1 BANGSAL	7
8	Dwi Nur Fadilah	SMAN 1 BANGSAL	8
9	Fanny Dwi Cahyani	SMKN 1 Dlanggu	9
10	Iftitah Rizky Amalia	SMAN 1 MOJOSARI	10
11	ILMA NIRAYANTI	SMKN 1 Dlanggu	11
12	Lubnaya Aprillaili Tsabita	MAN 1 Mojokerto	12
13	Lutvi ayu Cindhi Pratama	SMKN 1 Mojoanyar	13
14	M. Nizar Maulana	SMAN 1 Bangsal	14
15	M. Faruq Sultoni	SMKN 1 Mojokerto	15
16	MIFTA PUTERIAH CAHYA PELANGI	MAN 6 JOMBANG	16
17	Mohammad Aditya Putra	SMKN 1 Mojoanyar	17
18	Mohammad Mujib Nur Rohman	SMAN 1 Bangsal	18
19	Mohammad Riza Pahlevi	SMAN 1 Bangsal	19
20	MUHAMMAD FAHRIUL RAHMATULLAH	SMKN 1 Dlanggu	20
21	NABILLA RAMADHAN FITRA	SMAN 1 Bangsal	21
22	NELY SILVY SAKILA	SMAN 1 BANGSAL	22
23	Novrico Putra Faurehzi	MAN 2 Mojokerto	23
24	Rifkha Rosana	SMAN 1 BANGSAL	24
25	Ryan Putra Maulana	MAN 1 MOJOKERTO	25
26	Sabila Trissya Olivia	SMKN 1 MOJOANYAR	26
27	Siti Aminatuzzahro	SMKN 1 Mojoanyar	27
28	Siti Muhimatul Adhima	MAN 1 MOJOKERTO	28
29	Siti Syirojul Ummah	SMKN 1 Mojoanyar	29
30	Zhorif Ikbil Ubaidillah	SMAN 1 Bangsal	30
31			31

Bangsai, 21 Juli 2020

DAFTAR SEKOLAH LANJUTAN
SISWA MTsN 3 MOJOKERTO
TAHUN PELAJARAN 2020/2021

ELAS 9 A

NO	NAMA SISWA	NAMA SEKOLAH LANJUTAN	TANDA TANGAN
1	Aditya Firmansyah	MAN 2 Mojokerto	1
2	Anindya Putri Prastika Valerina	SMAN 2 MOJOKERTO	2
3	Aribi Lahira Fitri	SMAN 1 BANGSAL	3
4	Bayu Harianto	SMAN 1 BANGSAL	4
5	Dhika Riski Wahyuda	SMAN 1 SOOKO	5
6	Dwi Putri Ramahani	SMAN 1 SOOKO	6
7	DWI RISMA ANDRIANA	MAN 2 MOJOKERTO	7
8	FERDIANUS ARDIYANSYAH	SMK N 1 Mojokerto	8
9	Intan Permatasari Hardi	SMAN 1 BANGSAL	9
10	Jagad Syarofa Abdi Dharma	SMAN 1 BANGSAL	10
11	Jasmin Nurul Ulya	SMAN 1 KUDOREJO	11
12	M. Shendy Akbar. Y	SMK B I M KOTA Mojokerto	12
13	M. Umar Rafi	SMAN 5 TAKUNA BRAWIJAYA	13
14	Mokhammad Febrianto	SMK KUSUMA BANGSA	14
15	Muhammad Fahrizal Pradiansya	SMAN 1 Bangsal	15
16	MUHAMMAD FAIZ AULIA FIDDIN	SMAN 1 Bangsal	16
17	Muhammad Syahrul Saputra	MAN 2 Mojokerto	17
18	Muhammad Ulul Azmi	MAN 4 Jombang	18
19	Muhammad Yusuf Romadhon	SMAN 1 Bangsal	19
20	Nabila Azzahro	SMAN 1 BANGSAL	20
21	Nayl Fadzli Romadlon	SMK N 1 Dlanggu	21
22	Nova Adinda Nur Inayah ^{bayar 250.000}	SMAN 1 SIDATU GRESIK	22
23	Nuruddin Maulana Arrijal	SMAN 1 bangsal	23
24	Shofia Dinda Aprillanti	SMAN 1 BANGSAL	24
25	TEGAR DWI PRASETYO WIDODO	MAN 2 Mojokerto	25
26	Vania Virgi Agustin	MAN 2 Mojokerto	26
27	Wisnu Adhy Wardana	SMK N 1 Dlanggu	27
28	Putri Alivi Nirmala	SMAN 1 BANGSAL	28
29	Nadia Tazkiyah Tsabita	MAN 1 MOJOKERTO	29
30	Dian Agustina	SMAN 1 Bangsal	30
31	M. Afrizatifurrohman Al Gufron	MAN. 2 Mojokerto	31

DAFTAR SEKOLAH LANJUTAN
SISWA MTsN 3 MOJOKERTO
TAHUN PELAJARAN 2020/2021

KLAS & NO	NAMA SISWA	NAMA SEKOLAH LANJUTAN	TANDA TANGAN
1	Achmad Rizky Komadhani	INOVASI Himpunan Quran	1
2	Achmad Khudori Alery	MAN 2 MOJOKERTO	2
3	AMANDA DAMAN DINANTI ANDIENIE	MAN 1 MOJOKERTO	3
4	Aulia Zahra Nur Khoifah	MAN 1 Mojokerto	4
5	Az Zamakh Syari Muryaddad	MAN 2 Mojokerto	5
6	BELOIS JAMILAH	MA Bidayatul Hidayah	6
7	Cahyani dwi Lestari	MAN 1 Mojokerto	7
8	DINA PUTRI MARCELINDA	SMAN 1 MOJOKERTO	8
9	Dina Setiawati		9
10	Fatmala Sari		10
11	Hestian Zahra 'Izzati	MA Bidayatul Hidayah	11
12	Izzina Agustina Eka Putri	MAN 3 MOJOKERTO	12
13	Leni Makhfidhotur Rohmah	MAN 1 MOJOKERTO	13
14	M. Ardissalam	MAN 1 MOJOKERTO	14
15	M. Taufiq Awaluddin	MAN 1 MOJOKERTO	15
16	Makrifatul Munawaroh	MA Bustanul Ulum	16
17	Maya Noviana	SMKN 1 MOJOKERTO	17
18	MUHAMMAD ERGI FADLIANSYAH	MAN 1 Mojokerto	18
19	Muhammad Huzbul Ulum	MAN 1 MOJOKERTO	19
20	Nova Rahmawati	MAN 1 MOJOKERTO	20
21	PINGKAN MUTIARA BINTANG	MAN 1 MOJOKERTO	21
22	Rachmadani Fauziah Azahra	MAN 1 MOJOKERTO	22
23	Ria Muspita Sari		23
24	RILA AGUSTIN AURELIA	SMN Angpasa	24
25	Rohmatin Aisyatun. N	MAN 1 MOJOKERTO	25
26	Wahyu Kurniawan	SMAN bangsal	26
27			27
28			28
29			29

JADWAL EKSTRAKULIKULER

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div> KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN MOJOKERTO MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 3 MOJOKERTO <small>Jl. Pendidikan No. 2 Sandertan Bangsal TPA 13121 PEGADAN KABUPATEN MOJOKERTO email: karamojokerto@gmail.com</small> </div> </div>					
JADWAL KEGIATAN PENGEMBANGAN DIRI EKSTRAKURIKULER MTsN 3 MOJOKERTO TP.2019 - 2020					
NO	HARI	PUKUL	NAMA PENGEMBANGAN DIRI	PEMBINA	KET
1	SENIN	13.30 - 14.30	UKS / PMR	Drs. NNNK SUSILAWATI	
				MUNIR, S.Pd	
		13.30 - 14.30	TPQ / PUTRA	UET NAWANG F	
			TPQ / PUTRI	UETZ HFATUL MUKROH	
2	SELASA	13.30 - 14.30	SHOLAWAT AL BANJARI	LUQMAN HAKIM	
		14.30 - 15.30	NASYID	RACHMA NOVELLA, S.Pd	
		14.30 - 15.30	JURNALISTIK	SOFTI, M.Pd	
		15.00 - 16.20	PASKIB	SANG AJEM	
		15.00 - 16.30	BOLA VOLI	BADILLOWIRUKI, Spd	
3	RABU	14.30 - 15.30	QIRO'AH	ANDI WYANTO, S.Pd	
		14.30 - 15.30	DRUMBAND	SULTON TORURI, S.Si, M.Pd	
		15.00 - 16.30	FUTSAL	M. IKHSAN, S.Pd	
4	KAMIS	14.00 - 15.00	BELA DIRI KARATE	SEPRANJUS	
		14.30 - 15.30	MATEMATIKA TERINTG	LUQMAN FATHON, M.Pd	
			IPA TERINTEGRASI	KARMUJI NOVIANDITO, S.Pd	
			IPS TERINTEGRASI	Drs. NUR LAJI	
5	JUM'AT	11.00 - 13.00	OLAH VOKAL / PADUS	RACHMA NOVELLA, S.Pd	
		15.00 - 16.00	TEATER	M. FAIZ, Spd	
6	SABTU	14.00 - 15.00	PRAMUKA	M. FAIZ, Spd	
				M. YULIANSYAH	
				FIRISCHA ANGELIA	

MOJOKERTO, 15 JULI 2019
 KEPALA MTsN 3 MOJOKERTO

 DR. NURFAHUS N.M.
 NIP. 196005110010001001

DOKUMENTASI KEGIATAN WAWANCARA



DOKUMENTASI PPDB





DOKUMENTASI KEGIATAN









DOKUMENTASI PENYERAHAN PIALA











DOKUMENTASI GEDUNG MTsN 3 MOJOKERTO







BIODATA MAHASISWA



Nama : Kurita Ayuni Nur Fauziyah
NIM : 17170009
Tempat Tanggal Lahir : Mojokerto, 24 Juli 1999
Fakultas/ Jurusan : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan/ Manajemen Pendidikan Islam
Tahun Masuk : 2017
Alamat Rumah : Dsn. Ngranggon Rt. 26 Rw. 06 Ds. Ngrowo Kec. Bangsal Kab. Mojokerto
No HP : 085899919243
Alamat Email : ayunikurita@gmail.com

Malang, Juni 2021
Mahasiswa,



Kurita Ayuni Nur Fauziyah
NIM. 17170009